

98
ZEJ

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**LA CAPACITACION
EN LA RADIO MEXICANA
DESARROLLO HISTORICO Y PERSPECTIVAS**

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

**LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION**

PRESENTA:

MARIZA RIOS DIAZ

DIRECTORA DE TESIS:

MTRA. FATIMA FERNANDEZ CHRISTLIEB

México, D.F.

Mayo de 1995

FALLA DE ORIGEN

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

AGRADECIMIENTOS.

Esta aventura que inició como un requisito académico, paso a paso, se transformó en un proceso de vida, donde personas, ideas, sentimientos y compromisos se entrelazaron para dar forma a este trabajo de investigación. Hoy quiero hacer patente mi reconocimiento a todos aquellos que en la medida de sus posibilidades contribuyeron a la realización de esta Tesis.

Muy particularmente, quiero agradecer al señor Manuel Rosales y al ingeniero Tomás Guzmán Cantú por el entusiasmo que me transmitieron cuando esto era apenas un proyecto, y por toda la información y orientación que me proporcionaron a través de documentos, conversaciones y entrevistas.

A Bertha Zacatecas, periodista, porque la mitad de las entrevistas, de los datos y del setimiento que integran esta investigación surgieron por medio de su amistad; una amistad que, desafortunadamente, no logró trascender a las complicaciones de la inexperiencia juvenil que todos llegamos a padecer.

A Patricia Ortega Ramírez, Manuel Bonilla y Manuel Ñique Cornelio, por su apoyo a la parte de la historia sindical y del trabajo que han realizado estas agrupaciones, dentro de la industria radiofónica, en materia de capacitación.

A Olimpia y Mónica del Centro de Información de la CIRT, a Patricia González Villanueva, gerente general del ICIRT, y a todo su equipo, por toda la buena disposición y

el buen ambiente que mostraron durante los meses que estuvimos en contacto para fines de este trabajo.

A todos aquellos -citados ya en el cuerpo de la tesis- con quienes adquirí un compromiso de honestidad y responsabilidad en el uso de la información que tan entusiastamente me proporcionaron, especialmente al señor Roberto Aguilar González. De igual forma gracias al personal de la Biblioteca, el SIID y el Archivo del Palacio Legislativo de San Lázaro, con quienes me comprometí a destacar su trabajo, luego del excelente servicio que me brindaron, ajeno a todo el burocratismo que priva en otras instituciones de este tipo, particularmente, en la Hemeroteca Nacional.

A mi *ALMA MATER*, la UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO (UNAM) y a todos mis profesores, por haber compartido conmigo sus conocimientos, experiencias, dudas e inquietudes en cada una de las aulas que pisé desde mi instrucción elemental.

Gracias a los profesores Carlos Castaño Asmitia, Mercedes Durand Flores -a quien seguramente en poco tiempo voy a agradecer sus comentarios acerca de la importancia de la síntesis-, Cecilia Haupt Gómez y Napoleón Glockner Corte, mis sinodales, por las recomendaciones y la atención prestada a esta investigación. A Juan María Alponse -Enrique Ruiz- y Carmen Saez Pueyo, de quienes aprendí la necesidad de ser tolerante para poder establecer verdaderos canales de comunicación. Y, por supuesto, gracias también a Fátima Fernández Christlieb, mi asesora, por su apoyo, paciencia, trabajo y profesionalismo que me sacaron de apuros en los momentos más importantes.

A Carmelita, en el cuarto aniversario de su muerte, por su pasión a la vida, el amor a Dios y a su familia y su enorme dignidad como mujer. Hoy tu cosecha está dando sus mejores frutos, descanza en paz.

A mis padres, María de Jesús Díaz Figueroa y Carlos Ríos Chavarría. A ella por la sencillez de su carácter y la grandeza de su espíritu. A él por la semilla de perseverancia que sembró en mí. A ambos, profesores, por ser mis mejores maestros.

A mis hermanos Armando, Arturo y Sandra, con la certeza de que algún día la vida nos dará las herramientas necesarias para poder acercarnos; a Carlos por su entusiasmo para con mi trabajo, y a José Luis por adentrarme al ámbito de la computación con mucha paciencia.

A Tomás, por creer en mí, por su felicidad y por volver a amar...

A Tere Hernández, amiga en las aulas y en la vida, por atreverse a imaginar y a creer conmigo, en un mundo mejor, más humano y menos doloroso.

A José Miguel Lemus, compañero para toda la vida...

**A Fernando Pozos y Juan Martín
Miranda, amigos de hoy y siempre.**

**A mis grandes amigas: Julieta
Martínez, Virginia Hernández,
Belén del Rocio Valdés, Clara
Elena Hernández, Manelich
Hernández, Karla Erika López, Ana
María Viamontes, Enriqueta Godoy,
Silvia Sánchez, Blanca Gallardo,
Teresa Alcalá, Beatriz Sarabia y
Gabriela Ibarra, por las palabras
de aliento y cariño que siempre
he recibido de ellas.**

**A mis jefes y compañeros de
trabajo: Alejandro Ortiz Padilla,
Verónica Rascón, Carlos Bukantz
Garza, Ulises Martínez, María
Rodríguez Salazar, Juan Bedolla y
Carmen Martínez, por su
profesionalismo en el campo de la
comunicación.**

**A todos los trabajadores de la
industria radiofónica, como un
reconocimiento a su labor diaria
y como una invitación a tratar de
mejorar en el quehacer que han
elegido como su medio de
desarrollo profesional.**

**Y al impulso vital que me
brindó la posibilidad de
concluir, después de muchas
peripecias, este trabajo de
investigación, gracias.**

**HAY UNA SATISFACCION DEPORTIVA EN
DAR CAZA A UN TEXTO QUE NO SE
ENCUENTRA; HAY UNA SATISFACCION
ENIGMATICA EN ENCONTRAR, TRAS
MUCHAS REFLEXIONES, LA SOLUCION A
UN PROBLEMA QUE PARECIA INSOLUBLE.**

Umberto Eco.

INDICE.

PRESENTACION I

INTRODUCCION VII

PRIMER CAPITULO. RADIO Y CAPACITACION, HOY.

1. 1989 o la Revolución Neoliberal de finales de siglo.	1
a) El mercado y los bloques comerciales en el centro de la economía mundial.	3
b) México y el reto del primer mundo.	21
2. La industria radiofónica nacional a principios de la década de los noventa.	29
a) La organización y sus socios.	31
b) Cambios y avances.	46
1. La programación	50
2. Los avances tecnológicos	71
3. Las fusiones comerciales	92
3. Estado actual de la capacitación radiofónica.	101
a) Los trabajadores de la radio.	102
b) Y la capacitación.	112

SEGUNDO CAPITULO. ORIGEN Y DESARROLLO DE LA CAPACITACION RADIOFONICA: NIVEL TECNICO.

1. La radiotelegrafía y las primeras escuelas técnicas a principios de siglo.	129
a) La radiotelegrafía.	130
b) Espacios indirectos de capacitación técnica.	134
c) Espacios directos de capacitación técnica.	141
1. La Escuela de Telégrafos Nacionales.	142
2. La Escuela Militar de Transmisiones.	144
3. La Academia Marconi de Mérida.	148

2. Los radioaficionados y su propia capacitación.	151
a) Los primeros radioaficionados y sus vínculos con el quehacer científico.	153
b) Los radioaficionados y sus objetivos comerciales.	158
c) Los radioaficionados como experimentadores.	165
3. La ESIME: formadora de los primeros ingenieros en Comunicaciones Eléctricas durante la época de oro de la radio mexicana.	167
a) Antecedentes: de la Escuela Nacional de Artes y Oficios para Varones (1867) a la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica Eléctrica (1932).	173
b) Una carrera profesional para los responsables de las plantas transmisoras de radio.	177
4. La SCOP, la SCT y la participación gubernamental en la capacitación técnica de la radio.	187
a) 1891-1958: el periodo de la SCOP.	188
b) 1958-1994: el periodo de la SCT.	203

TERCER CAPITULO. ORIGEN Y DESARROLLO DE LA CAPACITACION RADIOFONICA: NIVEL PRODUCTIVO.

1. El empirismo radifónico de los años 30 y 40.	211
a) La radio como espectáculo.	212
b) El radiodrama y las agencias de publicidad.	237
2. El proceso de certificación para locutores.	259
a) De los anunciadores.	260
b) De los locutores.	272
3. Las transformaciones de los años 50: nuevas organizaciones para la radio mexicana.	287
a) Los concesionarios y la CIRT.	292
b) Los trabajadores y sus sindicatos.	300
c) La Asociación Nacional de Locutores.	311

4. Formación profesional en las universidades durante la década de los años 60.	319
a) Entre el periodismo y las ciencias de la comunicación.	320
b) La preparación universitaria y su relación con la industria radiofónica.	329

CUARTO CAPITULO. LA CIRT Y EL PRIMER INSTITUTO DE CAPACITACION PARA LA INDUSTRIA RADIOFONICA NACIONAL.

1. Antecedentes.	345
a) La Escuela de Capacitación del STIRT y la AMITRA.	348
b) La capacitación como una obligación legal del patrón.	366
2. 1986: Creación del Instituto de Capacitación de la Industria de Radio y Televisión (ICIRT).	389
a) La CIRT y el compromiso de capacitación.	398
b) Objetivos y funcionamiento del ICIRT.	412
c) Los programas de capacitación.	431
d) Proyectos y retos para el futuro.	476

QUINTO CAPITULO. ALGUNAS CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES PARA UNA PROPUESTA DE CAPACITACION PARA LA RADIO MEXICANA.

1. El valor de los recursos humanos en una economía abierta.	481
a) Una estrategia para la competencia: la Calidad Total.	485
b) La capacitación de los recursos humanos: base de la Calidad Total.	496
2. Capacitación para la calidad total en la industria radiofónica nacional.	507
a) A los concesionarios.	513
b) A las autoridades.	517
c) A los sindicatos y trabajadores.	522
d) A las escuelas técnicas y de ciencias de la comunicación.	528
e) Al ICIRT.	531

CONCLUSIONES	535
FUENTES DE INFORMACION Y OBRAS DOCUMENTALES	547
APENDICE No. 1 Encuesta a locutores y operadores	561
APENDICE No. 2 Cursos específicos a puestos de trabajo del ICIRT	575

PRESENTACION

¿Por qué titularme?

Esta fue la pregunta que recorrió mi cabeza, una y otra vez, durante los dos últimos años, sin encontrar una respuesta clara.

Inicié mi proceso de titulación un par de meses después de haber concluido mi instrucción formal a nivel superior. Sin embargo, no pude concluirlo sino hasta casi tres años después.

A mi alrededor, en ese lapso de transición, presencié la primera gran contradicción de la carrera de comunicación: compañeros de generación con título y desempleados y compañeros sin título que ya ejercían en algún medio de difusión con sueldos más o menos decorosos.

Las paradojas y los absurdos se agudizaron aún más en el mercado de trabajo. Dos años de labores en radio y dos en televisión, me dejaron saldos negativos y preocupaciones e inquietudes profundas.

Ante mis ojos desfilaron todo tipo de personas con los más variados niveles de educación y preparación. Locutores sin ninguna educación formal o informal. Seres ajenos a todo tipo de cambio. Gente mayor autodidacta y con alto sentido de responsabilidad. Jóvenes que llegaron a los medios por mera casualidad, sin vocación o convicción alguna. Compañeros que habían pasado largos años en las aulas estudiando preceptos de derecho, inge-

II

nería, medicina, veterinaria o alguna licenciatura que poca o ninguna relación tienen con la comunicación o la difusión de masas, y sin embargo, ocupaban puestos centrales en los mismos medios.

Desprecio o aprecio por los egresados de comunicación. Esfuerzos aislados de profesionales en busca de la reivindicación de su vocación. Directivos indiferentes ante la problemática de la profesionalización de los medios de difusión y sus recursos humanos. Líderes sindicales apáticos, sin la menor gana de incidir en la modificación de actitudes poco progresistas.

Palabras de aliento de quienes llegaron a obtener un título universitario, y de desaliento de aquellos que no pudieron o no quisieron hacerlo.

¿Es el mero papel, el requisito, la vanidad o la superación, la conclusión de un ciclo, la necesidad de crecer, el fin último para poder aspirar a un nuevo principio?

Cuántas pasiones puede llegar a despertar este proceso, en apariencia meramente académico. Cuántos significados. Compromisos, principios, objetivos y proyectos se estrellan y, al mismo tiempo, se confunden.

No fue sencillo decidir. La singularidad de la licenciatura lo dificultaba aún más. Titulado sin empleo

o empleado sin título: esa era la disyuntiva. Cuántos rostros recuerdo en cada uno de los extremos. Y a pocos, muy pocos de ellos en el centro.

El panorama era en verdad desalentador y complicado. Sin embargo, logré darme cuenta cuál era el camino a seguir.

En este momento de coyuntura, de cambios, la alternativa no es perder el aliento; sino ejercer el verdadero sentido de la comunicación. Buscar resquicios visibles para propiciar transformaciones, desde cualquier trinchera, para llegar a unir esfuerzos.

Durante este tiempo, también encontré gente dispuesta a no bajar la guardia ante las adversidades. Seres hechos de intensidad, honestidad y de confianza en sus objetivos. Personas como Fátima Fernández, Heriberto Vázquez, Ramiro Garza, Alejandro Ortiz Padilla, Bertha Zacatecas, Tomás Guzmán Cantú, Carlos Bukantz; gente decidida a seguir dando batalla desde su posición y con su trabajo.

Finalmente, concluí mi trabajo de tesis, al que bien pude haber titulado "Una radio mejor para los mexicanos", porque así inició esta investigación una mañana de 1991 en la Coordinación de Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales -en la UNAM- en una plática con mi profesora del Taller de Investigación en Comunicación.

IV

Y porque durante todo el proceso de realización, ese fue mi fin central: aportar, desde mi trabajo como pasante en vías de titulación, propuestas para la revaloración de los trabajadores de la radiodifusión mexicana.

Finalmente, también, supe por qué tenía que titularme.

Un tarde, mientras hojeaba los ejemplares de la librería "Opción", leí un párrafo escrito por una investigadora -cuyo nombre no he podido recordar- en el que hacía referencia a la situación de los egresados de la licenciatura en Comunicación. Ella aseguraba -palabras más, palabras menos- que la titulación es el único proceso que permite al pasante sintetizar la mayor parte de los instrumentos y conocimientos que adquiere durante los años de escuela.

Y efectivamente, así ocurrió en mi caso.

Este trabajo de Tesis -que hoy pongo a su consideración- no sólo me permitió descubrir el valor de mis conocimientos en mi ámbito laboral, sino además me dio la posibilidad de reubicarlos -teóricamente- al aplicarlos a casos concretos.

Sin embargo, este parto tampoco fue fácil.

Entre la información de los libros y mi experiencia laboral de todos los días en una radiodifusora, me lleva-

varon a decidir que mi trabajo de Tesis se centraría en la problemática actual de la radiodifusión; pero no como una crítica cerrada, sino como una aportación que pudiera contribuir a remover viejas ideas y coadyuvara a la adopción de nuevas medidas para mejorar las relaciones humanas y de producción al interior y al exterior de las empresas difusoras.

Pero, ¿cómo estructurar en una investigación tesística toda la problemática de un medio de difusión tan complejo como lo es la radio?

Mi profesora del taller dio el primer paso al resumir mi inquietud: "una radio mejor para los mexicanos". Enumeramos, después, los que a nuestra consideración son hoy los principales problemas de la radiodifusión. Ella habló de la relación industria radiofónica-universidades. Y yo de la preparación profesional de los estudiantes de comunicación y sus carencias dentro del ámbito laboral.

Así llegamos a hablar de la capacitación de los trabajadores de la radio mexicana, a la que concebí como el medio por el cual se podría, por una parte, alentar la revaloración de la profesión comunicativa y, por la otra, elevar la calidad del producto final de las emisoras: los contenidos radiofónicos, en beneficio de los escuchas, los mismos trabajadores, las empresas radiodifusoras y la sociedad mexicana.

De esta manera, después de varios meses de intenso

trabajo que incluyó pláticas con locutores, operadores y directivos de emisoras; investigación en bibliotecas y hemerotecas; seminarios y foros; lectura de libros y entrevistas, logré estructurar un proyecto cuyo único fin es abrir camino para hacer de la capacitación radiofónica no sólo un derecho constitucional, sino, además, una realidad cotidiana en la mayor parte de las emisoras que integran la industria radiofónica nacional.

INTRODUCCION.

Hasta ahora la mayor parte de las investigaciones sobre la radio, se han centrado en sus aspectos históricos y en los estudios de caso, de las circunstancias específicas de alguna radioemisora. Pocas son, en realidad, las investigaciones que se han ocupado de este medio de difusión masiva tomando como punto de partida las características particulares de la radio que diariamente escuchamos la mayoría de los mexicanos:

1. La radio en México es comercial.

En 1990, la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) informó de la existencia de 962 estaciones de radio en el territorio nacional. De ellas, 883 eran de carácter comercial; es decir, frecuencias concesionadas por el gobierno federal para ser explotadas comercialmente a través de la venta de espacios publicitarios. En tanto, sólo 79 emisoras eran permisionadas, es decir, culturales.

Esto quiere decir, en números redondos, que el 90% de las radiodifusoras, ubicadas en los diversos puntos del país, son comerciales.

2. La radio en México está integrada por empresas que forman parte de una industria.

Para cumplir con las disposiciones de la Ley de Cámaras de Comercio y de las de Industria, desde 1941 todas las estaciones comerciales de radio y televisión se han afiliado en torno a la Cámara Nacional de la Industria

de Radio y Televisión (CIRT), la organización que representa los intereses comerciales de los dueños de las emisoras ante las autoridades correspondientes.

3. La radio en México es un negocio productor de bienes culturales -programas radiofónicos-, inmerso en la economía nacional y expuesto a los cambios que ocurren dentro de la misma.

Ante la formación de gigantescos bloques comerciales e industriales a nivel internacional; la globalización y la apertura económica; el desarrollo de las Nuevas Tecnologías de Información, y el pleno establecimiento del proyecto neoliberal a principios de la década de los noventa en el mundo, todas las áreas de acción del ser humano se han empezado a transformar.

La economía no ha sido la excepción. Bajo las premisas de liberalización, privatización, comercialización, competencia y calidad, las organizaciones empresariales iniciaron cambios internos y actualmente comienzan a adoptar nuevos modelos de producción, con el fin de no quedar marginadas -y no perecer absorbidas- en los mercados internacionales y nacionales, cada vez más competidos.

Es claro que la actividad radiofónica de origen, y en la práctica misma, funciona como una industria. Una industria en la que se invierte y se obtienen ganancias. Es un negocio susceptible de someterse a los cambios que ya

han empezado a experimentar las otras industrias del aparato productivo nacional, a partir de que el gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari inició la consolidación del proyecto neoliberal en México.

Del análisis de estos principios básicos de la realidad radiofónica mexicana, surge la propuesta de la presente investigación: abordar el estudio de la radiodifusión a partir de su carácter industrial-comercial y elaborar, partiendo de ello, una propuesta que no sólo incida en el nivel estructural-organizativo de este medio de difusión, sino que además influya en él para elevar la calidad de sus productos finales, no materiales: sus contenidos programáticos.

Una propuesta que se inserta en un momento histórico de coyuntura, de cambio: donde las actitudes y la mentalidad de los seres humanos pueden modificarse; donde la calidad se acerca a todas las formas de producción, y donde las transformaciones, si se aprovechan oportunamente, pueden dar origen a nuevas sociedades y a organizaciones renovadas.

En estas circunstancias, la variable que puede llevar a obtener tales resultados, es la capacitación de los recursos humanos de las organizaciones, la cual debe ser entendida como:

a) un medio que estimula la evolución de las aptitudes de los capacitandos en un doble sentido: dotándolos de mayo-

res posibilidades de realización personal y permitiéndoles, a través de una mayor participación, incidir en el mejoramiento del desarrollo de su entorno socioeconómico y cultural,

b) y como un proceso permanente de educación y entrenamiento de los individuos, mediante el cual se perfeccionan sus habilidades, para un determinado puesto de trabajo, y se desarrollan sus capacidades intelectuales y cognoscitivas, para que puedan comprender qué son las cosas y por qué son de esa manera.

El cambio de mentalidad y la adopción de actitudes nuevas, de participación, compromiso y calidad, sólo se podrán alcanzar a partir del establecimiento de programas de capacitación que impliquen no sólo el entrenamiento técnico, sino también la educación continua de los recursos humanos.

Debido a la profundidad que plantean estos cambios, con el fin de obtener los resultados más óptimos, se requiere del diseño y la aplicación de programas de capacitación: continuos; proyectados a largo plazo; para todos los niveles de la empresa, incluyendo a los directivos; y que estén estrechamente vinculados con los objetivos generales de mejoramiento continuo de todos los procesos de las entidades empresariales, así como con sus propósitos de crecimiento y expansión comercial.

La capacitación no puede concebirse en sí misma como

un vehículo de desarrollo. Para hacer efectivo su potencial transformador, como condición indispensable, se necesita ubicarla dentro de un contexto de mejoramiento total de los procesos que se efectúan en las diferentes áreas y departamentos de las empresas.

En el caso concreto de la industria radiofónica, el establecimiento de programas de capacitación, con las características antes mencionadas, puede reportar notables beneficios para todos los sectores que confluyen en este medio de difusión: para los trabajadores -universitarios y no universitarios- en cuanto a su enriquecimiento personal y profesional; para los concesionarios, respecto a la permanencia de sus negocios y el aumento de sus ganancias económicas; y para el auditorio de las emisoras comerciales, porque tendrán la posibilidad de escuchar contenidos radiofónicos de mayor calidad.

Creo que el asunto de los contenidos y la baja calidad de la programación radiofónica -denunciada por diversos investigadores del tema- no son en sí la causa, sino la consecuencia de la escasa preparación profesional de las personas que se encargan de hacer la radio que diariamente escuchamos y de la poca apertura de los concesionarios para aprovechar la riqueza creativa que potencialmente existe en cada uno de sus empleados, la cual puede liberarse por medio un proceso de capacitación constante.

Sin embargo, debido a que el tema de la capacitación

radiofónica es notablemente novedoso, no me fue posible analizar y profundizar, como hubiera deseado, en tales correlaciones. Antes bien, sólo pude construir un marco histórico orientado a describir, desde los albores de la radio, el origen y desarrollo de la capacitación radiofónica específicamente en dos áreas: el nivel técnico y el nivel de la producción programática. Y dirigido a destacar la importancia que ha adquirido la instrumentación de programas de capacitación, en el marco de la consolidación del modelo neoliberal, a principios de esta década, en la industria radiofónica que desde su nacimiento y durante su posterior desarrollo, ha mantenido la improvisación y el empirismo como la base de sus esquemas de producción.

Al iniciar este trabajo el obstáculo mayor fue la falta de información acerca del mismo tema, lo cual por algún tiempo me impidió estructurar un proyecto conciso y coherente, capaz de expresar, a través de apartados o capítulos, el objetivo de la investigación. No obstante, en este lapso me acerqué a todo tipo de documento o texto que me hablara del desarrollo histórico de la radiodifusión. De esta manera llegaron a mí, obras importantes que describían un amplio panorama de la historia de la radio y mencionaban datos aislados y desarticulados sobre posibles procesos de capacitación radiofónica.

Mi confuso panorama se acentuó aún más con las pláticas que empecé a tener con personas con muchos años

de trabajo en las radiodifusoras, quienes de igual forma me proporcionaron información que ante mis ojos, en ese momento, me resultaba incoherente e incapaz de proporcionarme un punto de partida y una ubicación clara en tiempos, espacios y sucesos históricos.

¿Qué nexos podían unir a los exámenes de los radiotelegrafistas practicados por la Dirección General de Telégrafos Nacionales (DGTN), de los que me habló el productor Alejandro Ortiz Padilla, con la capacitación en los Estados Unidos de Raúl Azcárraga, mencionada por Fátima Fernández en su texto sobre los medios de difusión masiva, y el examen de locución que yo acababa de presentar en la Unidad de Televisión Educativa (UTE)?

Sabía, de alguna manera, que todo ello era importante para mi investigación, pero no lograba ubicar cada acontecimiento dentro de una secuencia lógica y consecuente. Como también sabía que todos estos datos formaban parte de la historia de la capacitación radiofónica -aún no escrita- que yo debía construir para contextualizar en tiempo y espacio el tema de mi trabajo tesístico.

Con la información acumulada decidí, entonces, redactar el esbozo de un posible primer apartado. El fracaso de este escrito me permitió darme cuenta de dos cosas: primero, mi relato histórico tenía que seguir un camino paralelo, pero diferente al establecido en las investigaciones realizadas sobre la historia de la radio,

porque si no corría el riesgo de escribir lo mismo que otros ya habían escrito o bien, podía terminar haciendo una mezcla amorfa de todos los trabajos que abordaban la historia de este medio de difusión masiva.

Y segundo, que mi investigación debía ser la reescritura del desarrollo cronológico de la radiodifusión mexicana, pero vista desde una perspectiva muy personal, la perspectiva de mi propio hilo conductor: la capacitación.

Así, respetando los periodos históricos del surgimiento de la radio -delineados por otros investigadores- empecé a ubicar temporalmente todos mis hallazgos. Esto me dio la posibilidad de comprender que para explicar el desarrollo de la capacitación radiofónica, tenía que establecer dos recorridos, casi convergentes en cuanto a sus etapas, pero totalmente divergentes en su origen, sus fines y su propia trayectoria: la capacitación radiofónica en su nivel técnico y la capacitación radiofónica en su nivel productivo.

Ambas áreas abarcan los puestos de trabajo básicos para el funcionamiento de cualquier emisora desde el nacimiento de la radio hasta nuestros días. Y para las dos áreas -técnica y productiva- se recuperaron las formas, los métodos y los espacios a través de los cuales se dio principio, y se continuó, la capacitación -básicamente empírica- de los cuadros de trabajadores que la radio ha

requerido para mantenerse funcionando a lo largo de más de seis décadas.

Así surgieron, en este recuento de espacios, la Escuela de Telégrafos Nacionales, las Agencias de Publicidad, los radioaficionados, la Subdirección de Capacitación de la SCT y las dos especialidades académicas que actualmente están en posibilidades de proporcionar personal capacitado profesionalmente -a nivel superior- para estas dos grandes áreas de la radiodifusión.

Durante el proceso de recopilación de datos para la investigación, una afortunada equivocación en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) me llevó a conocer al señor Manuel Rosales y al ingeniero Tomás Guzmán Cantú, quienes no sólo apoyaron la parte de la capacitación técnica de este trabajo, sino también, a través de las constantes conversaciones que sostuve con ellos, logré entender lo que de entrada había sido una concepción errónea de mi parte: adjudicar toda la responsabilidad de la capacitación de los trabajadores de la industria radiofónica al Estado y a sus respectivas dependencias.

Así, la estructura final de esta investigación responde a la necesidad de ubicar las responsabilidades y los compromisos, en materia de capacitación, dentro de esta industria en su justa dimensión. Por ello, aunque este trabajo está dirigido a todos los sectores que intervienen en el proceso de capacitación de los trabaja-

dores de la radio comercial, muy particularmente ha sido diseñado para destacar el papel protagónico que juegan en el ámbito de la capacitación radiofónica, quienes hoy tienen en sus manos la posibilidad de poner fin a décadas de improvisación en la producción de los mensajes radiofónicos: los dueños de las emisoras.

Por esta razón, el cuarto capítulo aborda, específicamente, el esfuerzo de los dirigentes del gremio de los radiodifusores, en materia de capacitación, el cual se materializó, como una entidad dentro de la misma Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), durante el primer sexenio presidencial -el de Miguel de la Madrid- que optó por la liberalización económica como la estrategia a seguir para impulsar el desarrollo nacional.

La descripción de los rasgos principales de la política económica gubernamental no sólo fueron utilizados para contextualizar el nacimiento del instituto de capacitación de la industria radiofónica. También, en el primer capítulo sirvieron como punto de partida para explicar las transformaciones internacionales y nacionales ocurridas en la transición de la década de los ochenta a los años noventa, las cuales permitieron el pleno establecimiento del modelo neoliberal en México y en el mundo.

El modelo neoliberal es el proyecto basado en la liberalización económica, que exige la reestructuración de la unidad empresarial y requiere -como condición indispen-

sable- del diseño de programas de capacitación continua dentro de la misma empresa, con el propósito de que ésta pueda alcanzar mayores niveles de calidad, eficiencia y competitividad.

A partir de tales consideraciones, y como parte de la necesidad ineludible de destacar la importancia de la capacitación dentro de las empresas radiofónicas en el marco de la apertura económica del país, también en este primer capítulo, incluí la descripción de las características fundamentales que prevalecieron en la industria radiofónica durante los primeros años de la década de los noventa, destacando los cambios que se instrumentaron en esta rama industrial para enfrentar los retos de dicha liberalización económica.

El último punto de este capítulo se refiere a las condiciones laborales de los trabajadores de esta industria y del estado actual de su capacitación. Este punto abre un paréntesis para integrar el desarrollo histórico de la capacitación radiofónica a la investigación y, posteriormente, vincularlo al instituto de capacitación de la industria radiofónica, como la posibilidad actual, más viable, para impulsar la capacitación de los trabajadores de la radio comercial.

En la descripción del estado actual de la capacitación de dichos trabajadores, dada la carencia de registros, me auxilié con información sobre capacitación con respecto a otras ramas industriales y precisé tal si-

XVIII

tuación tomando como base las opiniones que tienen sobre el proceso de capacitación los diversos protagonistas de la producción radiofónica.

Finalmente, el quinto capítulo surgió de lo que originalmente concebí como una propuesta de capacitación para los trabajadores de la industria de la radio. La realización de esta idea, sin embargo, en el proceso de elaboración del trabajo final poco a poco se fue desvaneciendo. No por falta de tiempo o de ganas, sino porque conforme iba profundizando en la investigación, me fui dando cuenta de que aspirar a diseñar un proyecto de tal naturaleza, verdaderamente viable, implicaba partir de aspectos -laborales y comerciales- muy concretos de cada emisora, determinados por las particularidades de cada concesionario, de sus fines personales y su región.

Es decir, para establecer un proyecto de capacitación para la industria radiofónica, necesitaba atrapar -por decirlo de alguna manera- en una generalidad toda la diversidad que existe dentro de la radio comercial. Y haberlo hecho significaba correr el riesgo de rebasar mis propias posibilidades metodológicas y de transformar una investigación seria en un panfleto retórico e inaplicable.

Por este motivo, y porque también requería de un espacio dentro de la misma investigación para manifestar las inquietudes personales que, en el proceso de elabora-

ción de este trabajo, me fueron surgiendo, preferí establecer líneas de acción, con carácter de consideraciones o recomendaciones para tomarse en cuenta en la elaboración de un posible proyecto de capacitación dirigido a impulsar el mejoramiento continuo de la producción radiofónica en las emisoras comerciales.

En ningún momento he pretendido proporcionar recetas de éxito, ni fórmulas mágicas para transformar de un golpe las características comerciales de la industria de la radio. Creo en la posibilidad del cambio -o por lo menos del mejoramiento- de los contenidos radiofónicos, a partir de modificaciones internas, dentro de las mismas emisoras comerciales -concebidas como empresas- que actualmente les exigen no el auditorio, ni las autoridades o los investigadores, sino las propias transformaciones económicas del país, el establecimiento de un mercado nacional cada vez más competido y su propia sobrevivencia como medio de difusión masiva orientado a cubrir necesidades sociales con productos de calidad.

Por eso, decidí -después de mucho pensarlo- esbozar, en este último capítulo, la filosofía de la Calidad Total que adoptó el Japón después de la Segunda Guerra Mundial, cuya aplicación empieza a darse en algunas empresas mexicanas, como una estrategia que puede -aunque no necesariamente debe- ser el camino a seguir por las emisoras comerciales para evitar su posible marginación del mercado económico y del de los mensajes de difusión masiva.

Así pues, me parece necesario dejar en claro que la propuesta de este trabajo de investigación no ha sido el diseño de un proyecto de capacitación para la radio comercial, sino: describir las condiciones de producción empíricas, en las que hasta ahora ha funcionado este tipo de emisoras; subrayar la necesidad de cambio hacia la calidad y sobre la base de la profesionalización de su proceso de producción, como parte de las modificaciones que, como empresas, actualmente les exige el modelo de economía abierta; y destacar las herramientas que hoy tiene a su mano el empresario de la radio para propiciar las transformaciones organizacionales y mentales que, dentro de este marco, requiere la industria radiofónica nacional.

La construcción de esta investigación y la recopilación de información se basó principalmente en cuatro tipos de fuentes: bibliográficas, hemerográficas, entrevistas y documentos, la mayoría de ellos citados en el mismo trabajo. El método bajo el cual fue elaborada la misma, es algo de lo mucho que desde el Taller de Investigación, hasta la fecha, le he aprendido a Fátima Fernández, y a través de ella a Edgar Morín, en cuanto a que "no sólo en la vida, sino también en la investigación, no hay camino o método, sino que éste se hace al andar".

La concepción, el diseño y la realización de esta tesis ha sido en sí misma una complicación y un reto para ir resolviendo las vicisitudes y sorteando, académicamente, las dificultades que se fueron presentando

en el camino, al término del cual evidencié tanto los aciertos como los vacíos que dejó, en mi formación, mi propia instrucción escolar.

La conclusión de esta tesis no representa un final. Al terminarla el sentimiento que me embarga no gira en torno a un fin, sino a un principio en cuanto a las muchas y variadas inquietudes que personalmente me deja para continuar llenando resquicios académicos que no me permitieron llegar hasta donde, en principio, me había propuesto; para los concesionarios, directivos de emisoras, miembros de la Cámara Nacional e integrantes del Instituto de Capacitación de la misma, por lo que se refiere a la elaboración de programas de capacitación para la industria, insertada en la economía nacional; y para los interesados en el tema de la capacitación radiofónica, con respecto a las posibilidades de nuevos temas que de aquí pueden surgir, como lo son la capacitación en las radiodifusoras culturales, el diseño y análisis de propuestas de capacitación radiofónica para las emisoras comerciales y culturales de los diferentes estados del país o el análisis de casos particulares de emisoras, que por su propia cuenta, han impulsado la capacitación de sus trabajadores en las diferentes regiones del país, por mencionar sólo algunos.

Este no es un trabajo exhaustivo. Por el contrario, es sólo el principio de un camino que propone llevar el mejoramiento continuo a la radio comercial; y propone, también, impulsar la construcción de una radio mejor para

los mexicanos, tomando como base las características particulares de una radio que ha hecho del lucro el fin principal de su existencia.

CAPITULO I
RADIO Y CAPACITACION, HOY.

1. 1989 O LA REVOLUCION NEOLIBERAL DE FINALES DEL SIGLO XX.

"La transformación de las formas sociales, la modificación de los hábitos nacionales, la mutación de los sistemas culturales, todo ello forma parte, en la historia humana, de un fenómeno histórico que se llama crisis, es decir, la acumulación del tiempo histórico que obliga, si se quiere sobrevivir, a cambios profundos"

La transición a la última década del siglo XX en el mundo, en general, y en México, en particular, no fue sencilla. 1989 y 1990 fueron años plagados de acontecimientos políticos, económicos, sociales y culturales que transformaron el rostro del concierto mundial de las naciones.

La acumulación del tiempo histórico desató una crisis internacional que acabó con viejas estructuras, redefinió conceptos y planteó nuevos retos no sólo para los gobiernos, sino también, para los miembros y las organizaciones de las sociedades.

A la luz del derrumbe del socialismo de la Europa del Este, la creación del Mercado Común Europeo y los crecientes problemas económicos de los países más industrializados del planeta, en estos años "presenciamos la consolidación de un proceso que inició en los sesenta y que no se pudo ver muy claro debido a la crisis mundial

¹ Alponse, Juan María, "Regresar del Pacífico y aterrizar", en: La Nación: Los Hechos. El Nacional, México: 25 de junio de 1990, p. 6.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

que desde los setenta asolaba el planeta. De ahí y desde el poderío de los grupos que detentan el poder económico mundial habrían de surgir nuevas propuestas. El neoliberalismo fue la más influyente"².

En tan sólo unos meses -de 1989 a 1990-, ante la escalada de acontecimientos que se sucedieron durante ese tiempo, el modelo neoliberal impuso sus preceptos, como la única posibilidad del ser humano para hacer realidad los principios de *Libertad, Igualdad y Fraternidad* que proclamó la Revolución Francesa.

Se habló entonces de procesos de desincorporación estatal y desregulación; de iniciativa privada; liberación de la economía; del fin del proteccionismo y los subsidios; de globalización, economía de mercado, comercialización, competencia, productividad y calidad; de la creación de bloques comerciales y apertura económica.

Se cuestionó el papel que debe jugar el Estado en una sociedad de mercado. Se debatió en torno al propio mercado para conocer sus leyes internas y sus sistemas de control. Y se situó, en este confuso panorama, a los medios de difusión masiva como la vía más eficaz para acortar el ciclo de realización del capital, acelerar los procesos de globalización y multiplicar los canales de información y expresión de las sociedades modernas.

2 Baena Paz, Guillermina, "Pepsi o las nuevas industrias culturales. Globalización de las economías y las telecomunicaciones", en: Revista Mexicana de Comunicación, No. 25, México: septiembre-octubre de 1992, p. 26.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

México no fue la excepción en este marco de transformaciones. A partir de la crisis económica de los años ochenta, el gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) se propuso acelerar los procesos de apertura y modernización económica, iniciados en 1982.

El análisis de los aciertos y errores de estos cambios no forma parte de este apartado, ni de la misma investigación. Básicamente, lo que describimos aquí es el contexto nacional e internacional en el que se ha retomado la importancia de crecer sobre la base de una economía librecomercial, donde la capacitación se concibe como una necesidad real y no como una cuestión secundaria.

A) EL MERCADO Y LOS BLOQUES COMERCIALES EN EL CENTRO DE LA ECONOMIA MUNDIAL.

Como prelude de la llegada de un nuevo siglo, en 1989 y 1990 el mundo experimentó una serie de reajustes que definieron una nueva problemática, la cual posiblemente imperará durante los últimos años del siglo XX.

En primer término, la guerra fría, el enfrentamiento militar y la división del mundo en dos grandes bloques liderados por Estados Unidos -países capitalistas- y la Unión Soviética -países socialistas- desde los años cuarenta, finalizó gracias a la renuncia de ésta última nación por utilizar la fuerza militar para afirmar su papel internacional.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Como consecuencias de este hecho, en las relaciones internacionales, entre muchas otras, podemos distinguir las siguientes:

1. El fin de la carrera armamentista.
2. El reconocimiento de que muchos, si no es que la mayoría, de los problemas contemporáneos de las sociedades son de naturaleza *global* y no pueden ser resueltos por ningún país concreto con independencia del resto de sus vecinos.
3. El desplazamiento del poderío político y militar por el poderío económico, como el principal factor de hegemonía mundial de los países.
4. Y el restablecimiento de las relaciones diplomáticas entre naciones enfrentadas por la influencia ideológica de las dos grandes potencias.

Con respecto al primer punto, el proceso de desarme se inició con el retiro de las tropas militares de la Unión Soviética, y de algunos de sus aliados, de regiones de conflicto como Angola, Afganistán y Camboya.

Prosiguió con el desmantelamiento de las milicias del Pacto de Varsovia, asentadas durante 40 años en los países de Europa del Este.

Y alcanzó su mayor avance con los acuerdos sobre reducción de armas nucleares estratégicas o misiles de largo alcance, logrados en las negociaciones bilaterales entre los Estados Unidos y la Unión Soviética en 1989 y 1990; así como con la revisión del Tratado de No Prolife-

RADIO Y CAPACITACION, HOY

ración de Armas Nucleares, el 20 de agosto de 1990, en vísperas del inicio del conflicto armado en el Golfo Pérsico.

El segundo aspecto puede ser ejemplificado con los esfuerzos que siguen realizando diversos países en torno a la problemática de deterioro del medio ambiente y a la búsqueda de salidas pacíficas a los conflictos regionales en diferentes puntos del planeta.

1989 y 1990 registraron reuniones y acuerdos de organizaciones ambientalistas, tales como el Tratado de Cooperación Amazónica, la Cooperativa Industrial para la Protección de la Capa de Ozono -formada por directivos de nueve grandes empresas de los Estados Unidos-, la I Conferencia Paneuropea para el Medio Ambiente, la II Conferencia Mundial sobre Cambios Climáticos y la XI Reunión Consultiva Especial del Tratado Antártico.

Asimismo, el 11 de marzo de 1989 en La Haya, Holanda, 24 jefes de Estado y de gobierno -con la notoria ausencia de los Estados Unidos, la Unión Soviética, China y 7 de los 12 países de la Comunidad Económica Europea (CEE)- acordaron la creación de una autoridad mundial de protección al medio ambiente. El 2 de mayo de ese mismo año, 80 países se comprometieron a terminar con la producción de gases clorofluorocarbonos (CFC) -dañinos para la capa de ozono-, antes del año 2000 y acordaron, además, la creación de una fundación de ayuda para los países pobres, para desarrollar sustancias químicas que sustituyan a los CFC.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Cinco meses después, los 17 países ribereños del Mar Mediterráneo diseñaron un plan de acción para combatir la polución de este ecosistema. El 22 de abril de 1990 se celebró el X Día Mundial del Medio Ambiente con eventos alusivos en diferentes países, y dos meses después, se efectuó la IV Reunión del Día Mundial del Medio Ambiente en la ciudad de México, bajo el lema "Un planeta mejor para los niños".

A fines de octubre, los países de la CEE acordaron, para el año 2000, eliminar las emisiones de dióxido de carbono al nivel actual. Finalmente, en diciembre de 1990, 25 países se reunieron en la sede del Banco Mundial, donde decidieron la creación de un Fondo Mundial para el Medio Ambiente encaminado a financiar programas de protección al ambiente en los países del Tercer Mundo.

Por lo que se refiere a la búsqueda de soluciones pacíficas de conflictos bélicos, se pueden mencionar: el trabajo efectuado por los gobiernos centroamericanos para pacificar su región; la Conferencia Internacional para la Paz en Camboya -último punto de conflicto en Indochina-; los acuerdos del Comité Tripartito de la Liga Árabe -integrado por Argelia, Marruecos y Arabia Saudí- para terminar con la guerra civil del Líbano; las acciones de la fuerza multinacional de la Comunidad Económica del Estado de África Occidental (CEDEAO) para solucionar los problemas internos de Liberia; y los logros de la Conferencia de Seguridad y Cooperación Europea (CSCE).

RADIO Y CAPACITACION, HOY

Ante la enumeración de este volumen de movilizaciones, es necesario señalar que en ambos ámbitos -pacificación y medio ambiente- el trabajo no ha concluido. Aún no es posible hablar de conflictos plenamente resueltos. Aún priva en muchas de esas mismas regiones, la ley de las metralas. Aún no ha sido posible, tampoco, que los países más desarrollados del planeta se comprometan a frenar el deterioro medioambiental al que nos está llevando su propio avance industrial. Aún la frágil paz que se ha alcanzado en algunas regiones, pende de las decisiones -en muchos casos autoritarias- que toman las grandes potencias para apoyar salidas negociadas en diversos conflictos bélicos.

Como otra consecuencia del fin de la guerra fría, sobrevino también el fin del dominio de las potencias militares y el inicio de la hegemonía de las potencias económicas. El ejemplo que resume esta afirmación es el caso de Japón, la nación que goza de una inmejorable posición en el comercio y las finanzas mundiales, con un área de influencia en toda la zona asiática y con una doble relación -de cooperación y competición- con las áreas americana y europea.

Por último, el fin de la confrontación mundial entre los Estados Unidos y la Unión Soviética, permitió, asimismo, el reestablecimiento de relaciones diplomáticas entre antiguas naciones enemigas.

Además del significativo caso de las relaciones entre

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

los países del Este y Oeste de Europa -del que más adelante hablaremos-, en 1989 y 1990 reanudaron relaciones el Líbano y Egipto, tras 10 años de ruptura; Gran Bretaña y Argentina, enfrentados desde 1982 por la Guerra de las Malvinas; la Unión Soviética e Israel, después de 23 años de interrupción; en tanto, que en la península arábiga se proclamó -el 22 de mayo de 1990- la reunificación de la República de Yemen, antes dividida en las enfrentadas República Árabe de Yemen y la República Democrática Popular de Yemen del Sur.

Al mismo tiempo, el gobierno de los Estados Unidos dejó de aplicar la ley de 1952 que negaba la entrada a este país a comunistas, anarquistas y partidarios de gobiernos totalitarios de todo signo. En Sudáfrica, el presidente Frederik de Klerk suprimió el sistema racista del *apartheid*. Las guerrillas colombianas depusieron las armas e iniciaron su proceso de integración a la vida civil y política del país. En el mismo continente americano, finalizaron las dictaduras militares de Augusto Pinochet -luego de 16 años en el poder- en Chile y de Alfredo Stroessner -con 34 años en la silla presidencial- en Paraguay. Y en Medio Oriente se iniciaron las negociaciones de paz para los territorios ocupados por Israel desde 1967 durante la guerra de los Seis Días.

Los años de transición a la última década del siglo XX, sin embargo, también dejaron su saldo negativo: 20% de la población mundial sufre de carencias alimenti-

RADIO Y CAPACITACION. HOY

cias³ y 10% muere de hambre⁴; existen -a nivel mundial- 186,803 enfermos de SIDA declarados, cerca de 600,000 enfermos reales y entre 5 y 10 millones de infectados por el virus⁵.

A ello hay que agregar los problemas de narcotráfico -que nada más en 1989 causaron la muerte a 13 mil personas en Colombia- y de drogadicción. La macrocontaminación que en pocos años podría causar drásticos cambios climáticos y aumentar el actual nivel del mar. La sobrepoblación mundial: en 1990 China, el país más poblado del mundo, contaba ya con 1,133,682,501 habitantes⁶. Y un futuro incierto con 150 millones de niños enfermos, 100 millones sin educación, 80 millones trabajando, 30 millones viviendo en y para la calle, 7 millones más en campos de concentración y cerca de 200,000 menores de 15 años haciendo la guerra⁷.

En el marco de este panorama, sin embargo, las transformaciones más significativas -incluso para nuestro tema de estudio- de 1989 y 1990 -también los años de relevo presidencial en cerca de 20 naciones- las protagonizaron los países socialistas de Europa del Este,

3 Recuérdense los saqueos a supermercados, tiendas comerciales y camiones con víveres, registrados en Venezuela -febrero de 1989- y Argentina -febrero de 1990; así como las largas filas que desde mediados de 1990 tuvieron que hacer los ciudadanos de la Unión Soviética por la escasez de alimentos básicos.

4 Informe del director general de la FAO, Edouard Saouma, en el marco del Día Mundial de la Alimentación, 16 de octubre de 1989.

5 Informe de la OMS, en el Día Mundial del SIDA, 2 de diciembre de 1989.

6 Datos recabados en el censo que se cerró el 12 de julio de 1990 y publicados el 12 de noviembre de ese mismo año.

7 Estado mundial de la infancia, Informe anual de la UNICEF, 18 de diciembre de 1991.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

encabezados por la Unión Soviética y su líder Mijaíl Gorbachov.

En tanto sólo 24 meses la Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas (URSS) se vio inmersa en un proceso de desquebrajamiento del poder central, que residía en el Partido Comunista (PCUS), provocado por la política de liberalización de la *perestroika* y la transparencia informativa de la *glasnost* impulsados por Gorbachov, lo cual desató una crisis económica, política y social: escasez de alimentos, manifestaciones masivas, reivindicaciones nacionalistas e independentistas y conflictos étnicos, que en la mayoría de los casos asumieron una forma de rechazo y oposición al sistema.

Así, "la Unión Soviética se presentaba, a finales de 1989, como un imperio que, en el intento de dotarse de una estructura plural y democrática, convirtiéndose en definitiva en la *confederación* que se había definido en los comienzos de la revolución, corría el riesgo de saltar en pedazos"⁸.

Un proceso de articulación y división análogo se registró, también, en los países del Pacto de Varsovia, debido a la suavización de la presión militar y política que la URSS ejercía en ellos.

⁸ Rossanda, Rossana, escritora y fundadora del II Manifiesto, "La revolución de 1989. Sistemas, modelos e ideologías", en: 1989: Luz Verde. Tamaric. Ed. Difusora Internacional, Barcelona: enero de 1990, p. 91.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

En Polonia y Hungría los primeros pasos se dirigieron hacia la implantación de un pluralismo político, el cual incluyó, además, la redacción de una nueva Constitución y la celebración de elecciones generales.

Polonia fue el primer país del Este europeo que tuvo un nuevo gobierno con un presidente -Tadeuz Mazowiecki- no comunista. Hungría, por su parte, fue el país que más rápidamente -por presiones internas y externas⁹- implementó reformas económicas que lo llevaron a ser no sólo el primer país -del bloque comunista- aceptado como miembro del Consejo de Europa -organismo internacional que agrupa a los 23 países democráticos del oeste europeo-, sino también, el primero en crear su propio mercado de valores, la Bolsa de Budapest, el 21 de junio de 1990.

En Checoslovaquia y la República Democrática Alemana (RDA) las resistencias conservadoras fueron mucho más fuertes. Sin embargo, éstas no lograron soportar el embate de las masas, que de agosto a diciembre de 1989, provocaron la revolución incruenta más importante de las últimas cuatro décadas.

En la RDA cayó el gobierno de Erich Honecker y cayó el Muro de Berlín. La puerta de Brandeburgo permaneció abierta en la Navidad de 1989 como un preámbulo del proceso de unificación, que a lo largo de 1990, se concretaría con la República Federal Alemana (RFA).

⁹ Las presiones externas vinieron de los países occidentales, quienes condicionaron la ayuda económica y financiera a los países del Este, a cambio de que impulsaran la "occidentalización de su economía".

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En Checoslovaquia la libertad política llevó a la Asamblea Federal a designar -el 29 de diciembre de 1989- al dramaturgo Vaclav Havel como el primer presidente no comunista de los últimos cuarenta años de este país europeo.

Finalmente, Rumania, Yugoslavia, Bulgaria y Albania siguieron el mismo camino, pero de manera menos afortunada.

En Rumania el proceso de liberalización costó la vida no sólo a ciudadanos inconformes, sino también al mismo presidente Nicolae Ceaucescu y su esposa Elena, ejecutados el 25 de diciembre de 1989, dejando un clima de inestabilidad económica y social -semejante al de Bulgaria y Albania- que permaneció vigente hasta fines de 1990.

En tanto, en Yugoslavia el fin de las ataduras políticas desencadenó violentos disturbios étnicos, cuyo resultado final fue el estallido de una guerra civil -en 1992- aún no concluida.

Como resultado de estos acontecimientos, "se puso en tela de juicio el socialismo como tal, no por poco *liberal*, sino porque no funcionaba, paralizaba y producía distorsiones sociales"¹⁰. Pero no sólo eso. La crisis del comunismo -también llamado socialismo real- alcanzó a todas las corrientes de izquierda en el mundo, incluso a las liberales.

10 Rossanda, Rossana, Op. cit., p. 89.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

Los partidos comunistas de toda Europa optaron por cambiar su apellido *comunista* por el de *socialista* y su ideología marxista-leninista por la socialdemocracia.

Asimismo, los regímenes comunistas de otras latitudes, como en Argelia, Angola y Mongolia dieron marcha atrás a sus proyectos políticos, en sus inicios auspiciados por la Unión Soviética.

De esta manera, como lo afirma el economista español Carlos Rodríguez Braun, "1990 fue en numerosos aspectos el año de la economía de mercado o del capitalismo. La gran revolución política de 1989, el colapso del comunismo, dio paso a mayores dosis de libertad económica en los países del Este. En el mundo subdesarrollado, señaladamente en Iberoamérica, el largo reinado del intervencionismo estatal tocó a su fin. En Europa, el otrora idílico modelo sueco reveló crecientes síntomas de agotamiento"¹¹.

Un poco impulsados por el sueño libertario de occidente y otro poco por las exigencias de los países capitalistas para concederles ayudas financieras, los países del Este europeo iniciaron un proceso de transición de una economía planificada y dirigida por el Estado, a una economía de mercado, a una economía neoliberal, la gran triunfadora en este marco de transformaciones.

¹¹ Rodríguez Braun, Carlos, "El mercado, en el centro de la economía. Modelos económicos", en: 1990: Etapa final. Temario. Ed. Difusora Internacional, Barcelona: enero de 1991, p. 416.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

"Una economía de mercado es un sistema en el cual las decisiones sobre la asignación de los recursos y la producción son adoptadas sobre la base de los precios que resultan de las relaciones e intercambios voluntarios entre compradores y vendedores, productores y consumidores, ahorradores e inversionistas, trabajadores y propietarios de los medios de producción. El sistema requiere de propiedad privada y un proceso de decisiones descentralizado e individual"¹².

Dichas decisiones son coordinadas por el mercado sobre la base de la *competencia*: quien hace bien y baratas las cosas, gana, quien no, pierde.

En su trabajo sobre la economía de mercado, el mismo Carlos Rodríguez Braun enumera las características que posee el mercado: anónimo, imparcial, implacable e incesante.

Anónimo porque no tiene un planificador central que señale a los que triunfan ni a los que fracasan. En todo caso, es el público quien decide tomando en cuenta la calidad y el precio de los bienes y servicios que se le venden.

Imparcial porque no conoce de amiguismos ni arbitrariedades. En este marco, los triunfos de una empresa no se obtienen por decisiones burocráticas ni ca-

¹² Ibidem.

RADIO Y CAPACITACION. HOY

bildeos, sino por el trabajo, la eficiencia y la calidad de sus productos.

Implacable porque sus sentencias se cumplen de manera inapelable. Los productos poco competitivos desaparecerán por su baja rentabilidad, al contrario de los que sí lo son.

Y es incesante porque no permite un segundo de descanso. Obliga a una permanente actividad al servicio de los demás. No por generosidad, sino por egoísmo: al atender nuestros intereses personales, atendemos, también, a los de la colectividad.

Ahora bien, para que el mercado pueda funcionar de la mejor manera posible -agrega Rodríguez Braun- necesita de reglas; reglas que emanen del Estado de derecho, como lo son el orden público y la justicia.

Y es aquí, precisamente, donde se insertan los cambios para las corrientes liberales, ya no concebidas como el exacerbado afán de lucro del capitalista, sino como el sistema que proporciona estímulos para elevar la prosperidad económica, con beneficios para las mayorías, en un marco de derecho, democracia y libertad.

En este sentido, las corrientes críticas del neoliberalismo proponen la creación de un Estado que deja de ser el Estado del bienestar, protector, subsidiario y planificador, dueño de los medios de producción, para

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

transformarse en una entidad estratégica, cuyas funciones se centrarán en el cuidado del orden y la impartición de justicia.

Es decir, se transforma en un Estado verdaderamente *público*, en tanto es transparente y responde públicamente ante la sociedad civil y los diversos sectores que la componen; en tanto, asume el imperio de la ley y se somete a ella.¹³

Y dentro de este mismo esquema, explica el periodista Juan María Alponte, se requiere de una organización empresarial nueva, base de una economía también *pública* -entiéndase transparente, clara, organizada, fiscal y jurídicamente legal-, en la que deben destacar, por su importancia, los departamentos de Educación y de Innovación. Innovación para insertarse en el mundo de las nuevas tecnologías. Y Educación para seguir avanzando, solidaria y descentralizadamente, con hombres más conscientes, críticos y libres.¹⁴

De esta manera, la empresa moderna será la organización en la que participarán todos sus integrantes -consciente, crítica y libremente- para producir y crear colectivamente hacia el interior de su propio país y hacia el resto del mundo, basados en la revolución de la compu-

¹³ Alponte, Juan María, "Atavismos parroquiales y calidad", en: El Mundo: Los Hechos. El Nacional, México: 8 de julio de 1990, p. 1.

¹⁴ Alponte, Juan María, "La empresa moderna y los empresarios", en: La Nación: Los Hechos. El Nacional, México: 4 de julio de 1990, p. 1.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

tación, la informática, las telecomunicaciones, la revolución ecológica, la democracia y la libertad.

Asimismo, al frente de estas organizaciones se requiere -continúa Alponente- de empresarios que no sean los del subdesarrollo que exigen el proteccionismo del Estado, postulan el subsidio de empresas ineficientes con el pretexto de acabar con el desempleo y buscan la ganancia ilimitada -que los hace renunciar al mercado interno y externo, y acabar con el crecimiento del consumidor, al elevar los precios, y del trabajador, al pagarle salarios de sobrevivencia-, sino de aquellos que busquen la optimización del trabajo, basada en el volumen, la calidad y la competitividad a escala del producto.

Además de la economía de mercado, otro factor que se consolidó en los primeros años de la década de los noventa fue la formación de gigantescos bloques industriales y comerciales que buscan dominar los mercados internacionales.

Poco a poco los gobiernos de los doce países y las corporaciones industriales de Europa central, que forman parte de la Comunidad Económica Europea (CEE), a pesar de tantas vacilaciones, empezaron a consolidar un mercado que cuenta con 324 millones de habitantes, dispersos en 2 millones 600 mil kilómetros cuadrados, cuyas exportaciones mundiales en conjunto, a principios de esta década, casi triplicaban a las

de los Estados Unidos.¹⁵

Para ello, aprobaron iniciar su unificación monetaria, la cual en su primera fase consideró la creación de un sistema federal de bancos centrales -Sistema Europeo de Bancos Centrales (SEBC)-, independiente del poder político, y el uso de una moneda única para todos los países comunitarios. Este acuerdo entró en vigor en ocho de los países miembros -Francia, Reino Unido, Italia, Bélgica, RFA, Holanda, Dinamarca y Luxemburgo- desde el 1º de julio de 1990, y se haría extensivo a España e Irlanda en 1992 y a Portugal y Grecia en 1994.

Al mismo tiempo, los miembros de la CEE decidieron mantener la colaboración entre sus respectivas administraciones hacendarias, para combatir los fraudes fiscales, desde el 1º de enero de 1990; suprimir sus controles fronterizos para la libre circulación de ciudadanos en 1992; impulsar la unificación política y la liberalización de todos los servicios de telecomunicaciones, a excepción del teléfono y el télex, a partir del 1º de enero de 1993 e implementar un plan de trenes de alta velocidad para unir el territorio de todos los países comunitarios en el año 2000.

En América, este proceso de globalización económica comenzó el 2 de enero de 1989, con la entrada en vigor del

¹⁵ Alponse, Juan María, "México: negociar con Hong Kong y el Pacífico", en: La Nación: Los Hechos, El Nacional, México: 22 de noviembre de 1990, p. 6.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

acuerdo de libre comercio entre Canadá y los Estados Unidos, a quienes más tarde, en 1994, se les unió México.

En Africa, el 17 de enero de 1989, Argelia, Marruecos, Libia, Túnez y Mauritania anunciaron la creación de la Unión del Magreb, organización que impulsaría la libre circulación de capitales, bienes y personas a través de las fronteras de estos países.

En el mismo año Iraq, Egipto, Jordania y Yemen se integraron al Consejo de Cooperación Arabe (CCA), con el fin de crear un mercado común en la región del Medio Oriente.

En tanto, Taiwán, Hong Kong, Corea del Sur, Singapur y Japón continuaron su marcha hacia la plena formación de una zona de libre mercado, agrupados en la Cuenca del Pacífico.

A partir de estos datos, es evidente que la economía mundial vive momentos de especial importancia. Los mercados están cada vez más competidos no sólo por estos gigantescos bloques económicos. Las compañías multinacionales -a través de las fusiones y adquisiciones de nuevas empresas- también forman parte de la competencia, en términos de eficiencia y calidad, a la que cualquier país que aspire a llegar a los niveles del primer mundo -como es el caso de México- inevitablemente tendrá que enfrentar.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Por último, en este mundo cambiante, los medios de difusión masiva también iniciaron un proceso propio de transformación. La nueva década ha dejado para ellos una premisa fundamental: "aumentar la calidad en contenidos y producción, a través de una mayor participación de emisores y propiciar la competencia para impulsar el desarrollo de la industria (difusora)"¹⁶.

Asimismo, ha influido en su régimen de propiedad, favoreciendo claramente una mayor privatización, lo que a su vez implica que los medios de difusión también deberán someterse a las reglas del mercado, como lo hacen ya el resto de las industrias y empresas privadas.

Así por ejemplo, en la Unión Soviética, el 15 de julio de 1990, se suprimió el monopolio estatal de radio y televisión que estaba en manos del partido comunista. Tres meses más tarde, Rumania -influenciada por los cambios de la URSS- se convirtió en el primer país del Este europeo que puso fin a los subsidios proporcionados a la televisión estatal.

En España, después de más de 30 años de existencia, concluyó -en enero de 1990- la vida del monopolio del Estado en la televisión. El 25 de ese mes empezó a transmitir el canal Antena 3, conformado por capital privado de España y Francia.

¹⁶ "El mundo cambia, los medios electrónicos cambian", en: Antena, No. 159, CIRT, México: abril-mayo de 1990, p. 6.

RADIO Y CAPACITACION. HOY

De igual forma, el gobierno de Portugal puso fin a 26 años de televisión estatal. El 23 de octubre de 1990, el presidente Mario Soares promulgó una ley que autorizó la creación de dos tele-emisoras privadas.

En tanto, el gobierno sandinista de Nicaragua se unió a esta tendencia privatizadora de los medios de difusión, al derogar la Ley de Medios de Comunicación que prohibía la instalación de televisoras y radiodifusoras de propiedad privada.

B) MEXICO Y EL RETO DEL PRIMER MUNDO.

En México los cambios neoliberales se iniciaron desde 1982 y tuvieron su máximo auge a partir del 12 de diciembre de 1988, cuando tomó posesión como presidente de la República el licenciado Carlos Salinas de Gortari.

Vía su Plan Nacional de Desarrollo, Salinas habló de las mutaciones mundiales y de la necesidad de asumirlas como propias en el ámbito nacional.

"No podemos sustraernos a su impacto. Suspenderlo sería como invitar a que nos impongan el cambio, padecer sus efectos negativos y perder la oportunidad de aprovechar sus beneficios potenciales"¹⁷, aseguró el nuevo presidente.

¹⁷ "Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994", en: Diario Oficial, México: 31 de mayo de 1989, Primera Sección, p. 14.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

De esta manera, en ese mismo documento, propuso como estrategia a seguir: la modernización de la vida nacional, dentro de la cual estableció cuatro objetivos centrales:

1. La defensa de la soberanía y la promoción de los intereses de México en el mundo.
2. La ampliación de la vida democrática.
3. La recuperación económica con estabilidad de precios.
4. Y el mejoramiento productivo del nivel de vida de la población.

Así, bajo dichas premisas se iniciaron las transformaciones neoliberales político-económicas en nuestro país.

En 1989, después de renegociar la deuda externa pública con el Fondo Monetario Internacional -26 de mayo de 1989- y el Club de París -30 de mayo de 1989-; el paquete de ayuda financiera con el Banco Mundial -13 de junio de 1989-; y de firmar el acuerdo con el Comité de Bancos Acreedores para la reducción de 20 mil quinientos millones de dólares en la deuda exterior, el gobierno mexicano dio paso al proceso de desincorporación del aparato estatal.

En el lapso de tres años se vendieron a la iniciativa privada 362 entidades estatales consideradas como "no estratégicas", entre las que destacaron, las aerolíneas Mexicana de Aviación y Aeroméxico, Tabamex, Inmecafé, Azúcar S.A., las mineras Cananea y Real del Monte, Teléfonos de México y las 18 instituciones de crédito de

RADIO Y CAPACITACION, HOY

la Banca Nacional.¹⁸

En tanto, permanecían vigentes 221 paraestatales, la mitad de las que se tenían al inicio de la administración de Salinas de Gortari.

A partir de este proceso se estimuló la apertura del mercado interno y externo, y la conversión de la economía en verdaderamente *pública*¹⁹, competitiva, libre de proteccionismos y subsidios.

Así, la iniciativa privada no sólo tuvo la oportunidad de adquirir empresas de propiedad estatal, sino que, además, en el marco de la desregulación económica tuvo la posibilidad de obtener concesiones en diversas áreas productivas.

En este sentido, 1989, 1992 y 1993 fueron los años de mayor actividad.

En el primero de esos años, se eliminaron reglamentaciones y se negociaron nuevos acuerdos en las áreas del autotransporte y las aerolíneas. Se abrogaron decretos de regulación de las actividades industriales y comerciales de la masa, la tortilla, la industria salinera, cerillera y henequenera. Se suprimieron, también, los permisos de siembra y exportación de hortali-

¹⁸ IV Informe de Gobierno, México: 2 de noviembre de 1992, pp. 19 y 20.

¹⁹ Nos referimos al concepto que retomamos de Juan María Almonte, expuesto en la primera parte de este escrito.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

zas y frutas, así como de comercialización del cacao, el azúcar y el café. Y se modificaron la Ley Aduanera, con el fin de simplificar operaciones de importación y exportación, y la Ley de Inversión Extranjera, para estimular el flujo de capitales internacionales a nuestro país.

Asimismo, en 1992 se concesionó la construcción de dos mil kilómetros de carretera de cuota y se crearon nuevas disposiciones para promover la diversificación sectorial y geográfica de la industria maquiladora y su integración a la economía nacional; así como para impulsar el abasto de productos nacionales y sustituir el sistema de cuotas para la libre importación.

En tanto, en 1993 se introdujeron reformas legales en materia de energía eléctrica, puertos y correduría pública, reafirmando el propósito gubernamental de *alentar la participación del sector privado e inducir una sana competencia en beneficio de los usuarios de este servicio*²⁰.

Avanzado el proceso de desregulación de los diversos sectores económicos, el gobierno federal procedió a otorgar, con una duración de hasta 50 años, concesiones a los particulares.

"Se trata -explicó el presidente Salinas en su IV Informe de Gobierno- de concesiones para que recursos pri-

20 V Informe de Gobierno, México: 2 de noviembre de 1993, p. 7. El subrayado es mío.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

vados capitalicen estas áreas productivas. Al concluir la concesión los bienes correspondientes se revertirán a la Nación".

La apertura económica que exigía el proyecto neoliberal estaba en marcha. Sin embargo, ésta no podía establecerse plenamente sin el impulso a las organizaciones empresariales.

De acuerdo con el proyecto de modernización -explicado en el Plan Nacional de Desarrollo- dicho impulso se centró de manera especial, durante los primeros cuatro años de la administración salinista, en la micro, pequeña y mediana empresas, todo "con el objeto de que la recuperación económica no sea concentradora de oportunidades"²¹.

Para ello, fue necesario renovar los esquemas de financiamiento, promoviendo la creación de uniones de crédito y el acceso a programas de Nacional Financiera. De 1989 a 1992 Nafin canalizó recursos para apoyar a 146 mil pequeñas y medianas empresas. De esta forma, el porcentaje de crédito total otorgado por Nafin al sector privado pasó de menos del 10% en 1988 a alrededor del 90% en 1993.²²

De acuerdo con datos proporcionados por la administración pública, en 1990 también se atendieron programas de capacitación para empresarios y trabajadores;

21 III Informe de Gobierno, México: 2 de noviembre de 1991, p. 28.

22 V Informe de Gobierno, Op. cit., p. 8.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

se fomentó la organización de centros de compra en común, y se promovió el establecimiento de vínculos entre técnicos extranjeros y empresas mexicanas, especialmente micro y pequeñas, con el fin de estimular la transferencia de tecnología.

Cabe precisar que en materia de transferencia tecnológica y de reconversión industrial, el licenciado Salinas de Gortari precisó, en su V Informe de Gobierno, que éste es un proceso complejo que "no puede darse de un día para otro; exige talento y recursos financieros; requiere identificar el equipo adecuado, adquirirlo, instalarlo; demanda que se capaciten los trabajadores... Algunos sectores ya han terminado su reconversión; otros han avanzado mucho; otros más, apenas empiezan. Todos tienen el mismo compromiso de productividad con sus empresas y con el país".

Y hablando de productividad -aspecto básico de un mercado altamente competitivo-, los informes oficiales señalan que en México, durante 1992, se realizaron convenios de concertación para la ejecución de programas de productividad en las industrias textil y de la confección, y de curtiduría y calzado. Convenios que en 1993 ya sumaban 11 en igual número de sectores, mientras que se proyectaba el inicio de otros 34 durante el siguiente año.

También, se efectuaron evaluaciones tripartitas de productividad y competitividad en más de 80 mil empresas

RADIO Y CAPACITACION, HOY

de 37 ramas económicas con alrededor de 5.5 millones de trabajadores. Además de que en el 80% de las empresas más grandes del país ya se habían adoptado esquemas de productividad y, mediante acciones de capacitación, se beneficiaron a casi 5 millones de personas en el periodo de 1988 a 1993.

Por lo que se refiere a la competitividad interna y externa del aparato productivo, se apoyó con asistencia técnica y financiera a cerca de 250 mil empresas micro, pequeñas y medianas, vía Nafin y los Bancos de Comercio Interior y Exterior, los cuales en 1993 canalizaron, conjuntamente, casi 15 mil millones de nuevos pesos para ese fin.

Siguiendo esa misma línea de liberalización económica, se impulsó, de igual forma, a la actividad exportadora.

De 1988 a 1993 se otorgaron 714 constancias a empresas altamente exportadoras; se autorizaron programas de importación temporal y para exportación a mil 393 empresas; se registraron 110 nuevas empresas, y se inició la operación de un nuevo sistema de automatización para la expedición de permisos de importación y exportación.

A partir de este trabajo, el licenciado Salinas de Gortari afirmó en su V Informe de Gobierno:

"En un lapso relativamente corto hemos pasado de una

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

economía cerrada a una economía abierta. Hemos cambiado de un Estado propietario y actor protagónico de la vida económica a un Estado solidario que asume un claro compromiso con la justicia social, fortalece la infraestructura y la producción, y apoya y regula de manera clara la iniciativa de los particulares para promover el crecimiento y la competitividad"²³.

Definió a la productividad y la competitividad como los retos económicos del futuro. Y señaló que para ello, las empresas deben contar con una situación financiera sana, "lo que implica mayor inyección de capital, la reestructuración de su deuda, el establecimiento de alianzas estratégicas y la profesionalización de sus cuadros... En tiempos de la globalización y de la competitividad, este es el camino para garantizar que se mantendrá el empleo y la mejoría de los salarios reales, que reclaman y, sin duda, merecen los trabajadores de nuestra patria"²⁴.

Así, de esta manera, quedaron establecidas las bases para el desarrollo de una economía de mercado en México. En tanto el Estado y las organizaciones empresariales empezaron a asumir sus nuevos papeles y sus nuevos compromisos.

23 Ibidem., p. 6.

24 Ibidem., p. 11.

2. LA INDUSTRIA RADIOFONICA NACIONAL A PRINCIPIOS DE LA DECADA DE LOS NOVENTA.

La efervescencia por la radiodifusión que inició en México en 1921²⁵, llegó a la última década del siglo XX transformada en una poderosa organización industrial²⁶ formada por numerosas empresas, de carácter comercial, encargadas de producir y difundir contenidos, ideas, conceptos, estilos, actitudes y hábitos hacia todos los rincones del territorio nacional.

Una industria que, a decir de diversos especialistas de la materia, "no obstante su larga trayectoria, se encuentra desde hace tiempo en el estancamiento, no sólo como posibilidad radiofónica, sino también en tanto opción válida para el desarrollo del país y las necesidades de participación de la sociedad mexicana que el mismo conlleva"²⁷.

Tal parece que no el carácter comercial en sí mismo, sino el afán de lucro desmesurado de las empresas, el deseo de obtener lo más a cambio de poco o nada, es lo que a través de los años ha ido estrangulando las posibilida-

25 Nos referimos a la efervescencia que se desencadenó en México a partir de las transmisiones radiales logradas por el Dr. Gómez Fernández en la ciudad de México y el Ing. Constantino De Tárnava, en Monterrey, Nuevo León.

26 La investigadora Fátima Fernández incluso califica a la industria radiofónica como "un grupo de presión", en tanto es un "conjunto de individuos que comparten una misma actividad económica dentro del sector privado y en los que se comprueba una voluntad de influir en las decisiones de los poderes públicos": Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México. Ed. Juan Pablos, México: 1990, 8ª edición, p. 147.

27 Rebeil Corolla, María Antonieta, Alva de la Selva, Alma Rosa y Rodríguez Zárate, Ignacio, Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio. Ed Trillas, México: 1989. p. 26.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

des de desarrollo y crecimiento, en términos de calidad, de esta industria.

Así, la fórmula barata de la programación disquera; la producción de emisiones informativas más comprometidas con sus financiadores que con su auditorio; la sobreexplotación de su personal y la contratación de elementos con escasa preparación profesional; el bajo nivel de desarrollo tecnológico y la mínima inversión de las ganancias logradas por vía de la difusión publicitaria en la misma empresa, caracterizaron al 90% de la radio nacional que arribó a la revolución neoliberal de 1990.

¿Cómo enfrentar, entonces, los retos de un mercado abierto, libre de proteccionismos y subsidios? ¿Cómo transformar a la radio comercial en una industria competitiva, eficiente, con un producto final de calidad? ¿Qué cambios se deben instrumentar dentro de su estructura y funcionamiento para que pueda integrarse plenamente, al esquema de producción y competencia neoliberal propuesto por la administración del presidente Salinas de Gortari? ¿Sigue siendo la ganancia económica ilimitada, la única vía de subsistencia de este medio de difusión masiva?

Es evidente que la radiodifusión comercial requiere de cambios no sólo por el nivel de estancamiento al que ha llegado, sino porque también así lo demanda el momento histórico.

Cambios en sus niveles organizativos y tecnológicos;

RADIO Y CAPACITACION, HOY

cambios de mentalidad que redunden en actitudes nuevas y eficientes, en actitudes comprometidas con su auditorio y con la sociedad.

A continuación una descripción de las principales características que prevalecieron en la industria radiofónica nacional de 1989 a 1993. La elección de este periodo se debe a que representa el lapso en el que se efectuaron los cambios neoliberales más importantes -nacional e internacionalmente- en materia de política económica, el ámbito en el que se encuentra inmersa la radiodifusión como industria.

1989, como ya hemos anotado, es un año clave. Para la economía mexicana representa el fin del proteccionismo y la intervención estatal en la economía nacional, y la aceleración de la apertura comercial hacia el mundo.

Y para la radio mexicana, es el momento de coyuntura para iniciar un crecimiento cualitativo, en aras de transformarse en un sector competitivo y eficiente, o de dar marcha hacia atrás, pereciendo absorbida por el desarrollo de las nuevas tecnologías y los nuevos consorcios creados por la globalización mundial.

A) LA ORGANIZACION Y SUS SOCIOS.

De acuerdo con el Título Tercero, Capítulo Primero de la Ley Federal de Radio y Televisión, por su naturaleza y

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

propósitos, las estaciones de radio y televisión se pueden clasificar en dos tipos: permisionadas y concesionadas.

"Las estaciones comerciales requerirán de concesión. Las oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios, sólo requerirán permiso".²⁸

De acuerdo con esta definición, las estaciones concesionadas son aquellas que son susceptibles de ser explotadas comercialmente por sus dueños, a través de la venta de espacios publicitarios.

Al grupo de estaciones concesionadas que se extiende por todo el territorio nacional y que, de acuerdo con la Ley de Cámaras de Comercio y de las de Industria deben agruparse en torno a la organización industrial del ramo: la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), es al que en esta investigación denominaremos como **INDUSTRIA RADIOFONICA NACIONAL**.

Las características generales que hoy definen a la industria radiofónica nacional se empezaron a delinear, de manera más precisa, durante la década de los años 40, a partir de dos factores que el in-

²⁸ "Ley Federal de Radio y Televisión", en: Diario Oficial, México: 19 de enero de 1960, p. 18.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

investigador Fernando Mejía Barquera explica:

"La política avilacamachista (1940-46) favoreció ampliamente a los radiodifusores, sobre todo en lo relativo a facilidades para la importación de equipos y en la creación de un régimen jurídico que protegió al desarrollo de la industria de la radiodifusión y favoreció, aún más, el proceso de acumulación de capital en ella. Sin embargo, tales facilidades a la industria radiofónica no se debieron sólo a la política económica desarrollada por el gobierno avilacamachista y que benefició a la burguesía en general. Además de este hecho, existió otro factor importantísimo que permitió a la radiodifusión iniciar en los años cuarenta una expansión extraordinaria. Tal factor fue la estrechísima relación que los radiodifusores, en especial su grupo dirigente, lograron establecer con la burocracia gobernante; vinculación que se hizo posible debido a la inserción de los principales industriales de la radiodifusión en la fracción política de la burguesía que, a partir de esta década, ha mantenido un contacto estrecho con el gobierno".²⁹

Proteccionismo e influencias en el gobierno, fueron los factores que determinaron las principales características de los radiodifusores como organización. Factores que llegaron casi intactos a 1989.

En primer término, recordemos que la política económica proteccionista y de intervención estatal permaneció vigente en México hasta mediados de los años setenta, cuando hizo crisis. Después de ello, el financiamiento externo de organismos internacionales y el alza repentina de los precios del petróleo provocaron un nuevo repunte económico, el cual volvió a hacer crisis en 1982, con una recesión más profunda que la anterior.

²⁹ Mejía Barquera, Fernando, La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960). Fundación Manuel Buendía, México: 1991, 1ª reimprisión, p. 98.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Así a partir de esa fecha y hasta 1988, el nuevo gobierno se enfrascó en una batalla por detener la caída de la economía nacional, la cual se mostró poco efectiva.

Incluso algunos economistas han afirmado que no resultaba claro si el "gobierno del presidente Miguel de la Madrid entendía la profundidad de la reforma económica que se requería. La administración se refería con frecuencia a cambios graduales en vez de a reformas radicales. Esta nueva actitud no se materializó sino hasta la siguiente administración, la del presidente Carlos Salinas de Gortari"³⁰, la cual dio inicio, formalmente, en 1989.

Es decir, prácticamente, hasta 1989 la protección de la industria nacional, los subsidios a la producción, la participación del gobierno como productor y las concesiones hacia las empresas mexicanas, basadas más en los cabildeos de cada sector, que en sus niveles de productividad y competitividad, permanecieron casi sin variación alguna.

En cuanto a la estrecha relación que la cúpula de empresarios de la CIRT -siempre ubicada en la capital mexicana- mantenía con el grupo político en el poder, ésta también permaneció sin cambios significativos al concluir la década de los ochenta.

³⁰ Weintraub, Sidney, Rubio, Luis y Jones, Alan, Integración industrial México-Estados Unidos. Ed. Diana-CIDAC, México: 1992, pp. 20 y 21.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

Además de la tradicional comida que año con año organizan los radiodifusores, en los primeros días de octubre, durante la Semana Nacional de Radio y Televisión, para convivir con el presidente de la República en turno y el pleno de su gabinete, de 1989 a 1993 la mayor expresión de esa situación se manifestó en las actividades efectuadas por los presidentes de la CIRT³¹, en torno a los miembros del gabinete legal y ampliado de la administración salinista.

Nada más como ejemplo, mencionaremos el caso de Casio Carlos Nárvaez Lidolf -directivo de la empresa Radiorama S.A.-, quien durante su periodo como presidente del Consejo Directivo de la CIRT (1989-90), sostuvo reuniones en las instalaciones de la Cámara con siete secretarios de Estado, dos subsecretarios, dos gobernadores y con el Jefe del Departamento del Distrito Federal, con quienes firmó convenios para la promoción, por radio, de las áreas de acción de las diferentes dependencias.

De aquí surgen las principales características del gremio de los radiodifusores, un grupo que se transformó en más complaciente que competitivo, con aversión al cambio y a la innovación, defensor del *status quo* y de su situación de privilegios.

31 De 1989 a 1993 la CIRT tuvo tres presidentes: Casio Carlos Nárvaez Lidolf, directivo de Radiorama S.A. (1989-90); Adrián Aguirre Gómez, directivo de Organización Radio Centro (1990-92), y Javier Pérez de Anda, presidente de Radiorama S.A., (1993-94).

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Al respecto, Oscar Morales³² asegura que los "radiodifusores están acostumbrados a ser *cortejados* por anunciantes y publicistas, de modo tal que gran parte de sus gastos los financian mediante *intercambios* por tiempo de aire. Todo se les da fácilmente, los anunciantes y agencias les compran todo, las disqueras promueven (les regalan) los discos, el gobierno los cuida y consiente, permite que importen el equipo que necesitan (casi el 100% es de origen extranjero) para transmitir, y públicamente los aplaude por su profesionalismo y patriotismo, finalmente el auditorio no protesta, hasta parece gustar de lo que hacen. Los concesionarios no tienen ninguna razón, ningún aliciente para mejorar su calidad"³³.

Incluso aún ahora, ante la inminente apertura comercial con la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos y Canadá, y la liberalización de la economía nacional, por parte del gobierno salinista, los empresarios de la radio han expresado su confianza en cuanto a que su situación de privilegios no cambiará.

En ese sentido, Carlos Aguirre Gómez, directivo de Organización Radio Centro y la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal (ARDF), ha afirmado

³² Durante el periodo de Clemente Serna Alvear como presidente de la CIRT, en 1976, se creó el Centro de Información de este organismo, al frente del cual fue designado Oscar Morales, quien además ha sido locutor en varias estaciones de radio comercial. Es egresado de la Universidad Iberoamericana, donde es profesor de Comunicación al igual que en la Escuela Nacional de Maestros.

³³ Morales, Oscar, "La radio comercial regional: anatomía de un poder", en: Perfiles, Op. cit., p. 60.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

que "México tiene amplias perspectivas radiofónicas sobre todo cuando se firme el Acuerdo de Libre Comercio con Canadá y Estados Unidos, porque la industria está preparada para abrir mercados en el extranjero"³⁴.

Otros más, como el licenciado José Luis Fernández Herrera -ex presidente de la CIRT y presidente del Grupo Imagen Comunicación en Radio-, han manifestado su tranquilidad al señalar que en la radio "la competencia es menos clara que la que puede haber en industrias como la automotriz y la textil. Porque nosotros no exportamos ni importamos; no es nuestro negocio..."³⁵.

Aluden al amparo y a la protección que les brinda la Ley Federal de Radio y Televisión, la cual establece que "sólo los mexicanos podemos tener acceso a los medios de comunicación. Eso es lo formal de la Ley"³⁶.

Sin embargo, parecen olvidar que uno de los principios centrales del esquema neoliberal es la privatización acompañada de una amplia desregulación. Desregulación que en México, después de la negociación del TLC, ha quedado en manos de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), quien en vías de crear un marco propicio para el libre comercio, publicó en noviembre de 1993 un paquete legislativo, calificado de

34 Aguirre Gómez, Carlos, "Inevitables las nuevas tecnologías. Primer Seminario de Radio y Televisión", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 30 de marzo de 1992, p. 17.

35 "El principal reto de la Cámara de Radio y Televisión es estar a la altura de los cambios tecnológicos", en: Antena, No. 164, CIRT, México: julio-agosto de 1992, p. 7.

36 Ibidem.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

"alta prioridad", el cual será enviado a las Cámaras de Diputados y Senadores para ser reformado y reajustado a la nueva realidad. Ese paquete está compuesto por un código y 22 leyes federales, entre las que se encuentra la de Radio y Televisión.³⁷

Asimismo, esta aversión al cambio del gremio radiodifusor se ha visto reforzada, desde adentro del mismo, porque tradicionalmente las empresas radiofónicas se han constituido como patrimonios familiares, susceptibles de explotarse de generación en generación.³⁸

Al respecto, cabe señalar que en 1991 la mayoría de las concesiones de estaciones de radio que funcionaban en el país, estaban concentradas en manos de catorce familias, distribuidas de la siguiente manera:

1. En el centro del país, la de Joaquín Vargas, Francisco Ibarra López, Emilio y Rogerio Azcárraga, Clemente Serna Alvear, Guillermo Salas Peiró, la familia Suárez, José Luis Fernández Herrera y María Esther Gómez, viuda de Aguirre.
2. En el sur, Andrés García Lavín, los Arce Corcuera y José de Jesús Partida Amador.

37 Gaona, José Luis, "Zona Libre", en: El Financiero, Secc. Comercio Exterior, México: 23 de noviembre de 1993, p. 20 y Rebollo Pinal, Herminio, "Nueva Ley de Telecomunicaciones", en: El Financiero, Secc. Negocios, México: 24 de noviembre de 1993, p. 11.

38 De acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión, la explotación de una concesión no podrá exceder de 30 años, al cumplirse este plazo, la concesión podrá ser refrendada al mismo concesionario, quien tendrá preferencia sobre terceros.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

3. Y en el norte, Francisco Antonio González, Javier Sánchez Campuzano y la Familia Boone Menchaca.³⁹

La mayoría de ellos forma parte de la segunda generación. Sin embargo, "ya viene por sus fueros la tercera generación, en su mayoría se trata de jóvenes de entre 20 y 30 años, urbanos, que acuden a universidades privadas a estudiar comunicación o administración, son socios de una o varias discos y en términos generales corresponden a la versión mexicana de los *yuppies*. En los diferentes eventos que organiza la CIRT, ya se contempla a los jóvenes como otro grupo al que debe preparársele un programa de actividades"⁴⁰.

Esto demuestra además el grado de concentración al que ha llegado la radio comercial y cómo la comunidad radiodifusora se ha convertido en una élite cerrada a la que es sumamente difícil de acceder.

Dada la nobleza de la empresa y la facilidad para comercializarla⁴¹, los actuales radiodifusores no están

39 Vera, Rodrigo, "Con la complacencia oficial, la radiodifusión es propiedad de un grupo cerrado", en: *Proceso*, No. 756, México: 29 de abril de 1991, p. 7 y Toussaint Alcaraz, Florence, *Recuento de Medios Fronterizos*. Fundación Manuel Buendía-Programa Cultural de las Fronteras, México: 1990, pp. 45-49 y 113-121.

40 Morales, Oscar, Op. cit., p. 59.

41 "Comercializar la radio es facilísimo. No hay competencia, además es un medio barato. Los gastos fijos son relativamente bajos y aunque la inversión inicial es cuantiosa, los costos variables y de venta son ínfimos. Y la mercancía es sensacional: no requiere almacenarse, ni siquiera comprarse, no se echa a perder ni se descompone porque se trata de tiempo al aire. La condición *sine qua non* es contar con la concesión, tener transmitiendo a la estación. La transacción para vender publicidad en radio es muy sencilla, el anunciante proporciona el material y si no lo tiene, la radiodifusora se lo puede hacer, cobrando también por este servicio": *Ibidem*.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

3. Y en el norte, Francisco Antonio González, Javier Sánchez Campuzano y la Familia Boone Menchaca.³⁹

La mayoría de ellos forma parte de la segunda generación. Sin embargo, "ya viene por sus fueros la tercera generación, en su mayoría se trata de jóvenes de entre 20 y 30 años, urbanos, que acuden a universidades privadas a estudiar comunicación o administración, son socios de una o varias discos y en términos generales corresponden a la versión mexicana de los *yuppies*. En los diferentes eventos que organiza la CIRT, ya se contempla a los jóvenes como otro grupo al que debe preparársele un programa de actividades"⁴⁰.

Esto demuestra además el grado de concentración al que ha llegado la radio comercial y cómo la comunidad radiodifusora se ha convertido en una élite cerrada a la que es sumamente difícil de acceder.

Dada la nobleza de la empresa y la facilidad para comercializarla⁴¹, los actuales radiodifusores no están

³⁹ Vera, Rodrigo, "Con la complacencia oficial, la radiodifusión es propiedad de un grupo cerrado", en: Proceso, No. 756, México: 29 de abril de 1991, p. 7 y Toussaint Alcaraz, Florence, Recuento de Medios Fronterizos. Fundación Manuel Buendía-Programa Cultural de las Fronteras, México: 1990, pp. 45-49 y 113-121.

⁴⁰ Morales, Oscar, Op. cit., p. 59.

⁴¹ "Comercializar la radio es facilísimo. No hay competencia, además es un medio barato. Los gastos fijos son relativamente bajos y aunque la inversión inicial es cuantiosa, los costos variables y de venta son ínfimos. Y la mercancía es sensacional: no requiere almacenarse, ni siquiera comprarse, no se echa a perder ni se descompone porque se trata de tiempo al aire. La condición *sine qua non* es contar con la concesión, tener transmitiendo a la estación. La transacción para vender publicidad en radio es muy sencilla, el anunciante proporciona el material y si no lo tiene, la radiodifusora se lo puede hacer, cobrando también por este servicio": *Ibidem*.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

dispuestos a ceder ninguna parte de sus ganancias, ni a arriesgar la inversión de su patrimonio familiar.

En este sentido, Oscar Morales abunda: "pareciera que los radiodifusores conciben a su industria como *una industria alimentaria* de otros negocios suyos que con toda seguridad no les *quitará* el gobierno. Su temor crónico a que les cancelen la concesión provoca que únicamente reinviertan en las emisoras lo estrictamente indispensable. Los que no deciden sacar su dinero del país, invierten en otros negocios como agencias de publicidad, restaurantes, productoras de audiovisuales, revistas y otros".⁴²

Esto a pesar de que el gobierno de Carlos Salinas de Gortari -al igual que sus antecesores- les ha reiterado su votó de confianza de manera significativa, al refrendar en 1989 -sin exigir nada a cambio- las 421 concesiones de radiodifusoras comerciales⁴³ -casi el 50% del total de las emisoras en el país-, pese a la inquietud y la exigencia de investigadores y profesionales de la materia por someter el refrendo a un debate público, de carácter nacional, planteadas ante diversos foros como el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Para la mayoría de esos investigadores y profesionales de la radio -no escuchados-, este aconteci-

⁴² Ibidem., p. 61.

⁴³ Velasco Ugalde, Enrique, "Catálogo nacional de radiodifusoras a las que les caducan sus concesiones en 1989", en: Revista Mexicana de Comunicación, No. 4, México: marzo-abril de 1989, pp. 12-27.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

miento representó "una oportunidad histórica para modificar la estructura y función social de un medio política y culturalmente subutilizado"⁴⁴, así como "una opción trascendental para la historia del país que es el de definir con qué infraestructura cultural se iniciará el nuevo siglo en la vida simbólica en nuestra República"⁴⁵. Oportunidad que no fue aprovechada por las autoridades, quienes optaron por proteger a los concesionarios. (Ver Cuadro 1)

Y en el interior de la República a todas estas características se agrega otro elemento más, que hace más complicado el panorama: la falta de profesionalización del medio radiofónico.

Así, sobre todo en las regiones semi-urbanas y rurales "hay una mayor identificación y cercanía entre emisor y receptores, (la cual) en gran medida se debe al tamaño de las diferentes ciudades. La población rural acostumbra usar la radio regional como *teléfono* para mandar recados y saludos a sus parientes y amigos, así como para promover kermesses, fiestas religiosas y todo tipo de festejos"⁴⁶.

La producción radiofónica "es paupérrima, la continuidad es interrumpida con frecuencia por fallas hu-

44 Gutiérrez Espindola, José Luis, "Las concesiones que se vencen en 1989. Urge un debate nacional", en: *Ibidem.*, p. 11.

45 Esteinou Madrid, Javier, "Que el CNCA propicie la discusión sobre el vencimiento de concesiones", en: *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 6, México: julio-agosto de 1989, p. 33.

46 Morales, Oscar, *Op. cit.*, p. 62.

CUADRO No. 1

CONCESIONES QUE VENCIERON EN 1989 POR ESTADOS			
	AM	FM	TOTAL
Aguascalientes	4	0	4
Baja California	22	1	23
Baja California Sur	2	0	2
Campeche	5	0	5
Coahuila	28	1	27
Colima	5	0	5
Chiapas	14	0	14
Chihuahua	26	1	27
Distrito Federal	23	15	38
Durango	8	0	8
Guanajuato	18	1	19
Guerrero	10	0	10
Hidalgo	3	0	3
Jalisco	23	6	29
Estado de México	5	0	5
Nichoacán	20	0	20
Morlos	2	0	2
Nayarit	6	0	6
Nuevo León	17	3	20
Oaxaca	11	0	11
Puebla	11	0	11
Querétaro	3	0	3
Quintana Roo	1	0	1
San Luis Potosí	8	0	8
Sinaloa	12	0	12
Sonora	27	0	27
Tabasco	8	0	8
Tamaulipas	27	2	29
Tlaxcala	0	0	0
Veracruz	32	1	33
Yucatán	6	1	7
Zacatecaa	4	0	4
	389	32	421

Fuente: *Catálogo nacional de radiodifusoras a las que le caducan sus concesiones en 1989*, Revista Mexicana de Comunicación, No. 4, Marzo-Abril de 1989.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

manas o técnicas de diversa índole, a veces las causas de la interrupción del servicio son verdaderamente de risa loca. Además el formato de la programación es mucho más plano y sin chiste que en las ciudades".⁴⁷

Por su parte, el radiodifusor de provincia "es pintoresco y bonachón; antisolemne y anecdótico, con gran satisfacción contará que festejó los 15 años de su hija con un *fiestón* en el club más prestigiado de la región, mismo que transmitió a control remoto a todo su auditorio"⁴⁸.

Es aquí, precisamente, donde se ubica la parte más frágil de esta industria. La parte más vulnerable ante la competencia interna y externa de la próxima apertura comercial. Son éstas las entidades radiofónicas por las que más debe trabajar la CIRT, a través de la descentralización de beneficios que hoy sólo recaen en las emisoras de la capital o de las grandes ciudades, las cuales, a diferencia de las primeras, son las más avanzadas técnica y administrativamente hablando⁴⁹.

47 Ibidem.

48 Ibidem., p. 60.

49 Un ejemplo del desarrollo que han alcanzado las radiodifusoras de la capital, es el caso de la Organización Radio Centro (ORC) -propiedad de la familia Aguirre Gómez-, el grupo radiofónico que de 1990 a 1993 colocó una oferta accionaria de 41 millones de dólares en la Bolsa de Valores de Nueva York, con lo que ha obtenido ventas hasta por 108 millones 667 mil nuevos pesos. Con este capital, la empresa de la señora María Esther Gómez, viuda de Aguirre, instaló equipo digital en sus emisoras del Distrito Federal; implantó la transmisión del "Reporte Vial"; creó *Formato 21*, la emisora que basa su programación en la difusión permanente de noticias; firmó un contrato de arrendamiento con el grupo Crystal-Cina-Somer para operar y administrar la emisora XHFO-FM, del D.F., por cinco años, y mantiene la programación que transmite a sus 80 estaciones afiliadas en los Estados Unidos: Mejía Barquera, Fernando, "Ecos de los medios en 1993", en: Revista Mexicana de Comunicación, No. 33, México: enero-marzo de 1994, p. 9.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Para atender las necesidades de las radiodifusoras de provincia, la Cámara creó al Consejo Consultivo, antes Consejo Nacional. De acuerdo con los Estatutos de la CIRT, este Consejo debe reunirse en sesiones ordinarias por lo menos dos veces al año, y una de estas sesiones, cuando menos, se debe de celebrar en un lugar distinto al Distrito Federal.

De estas actividades, realizadas en 1989, la revista *Antena* -órgano informativo de la CIRT- da testimonio:

"Desde el mes de diciembre del año pasado, se han llevado a cabo siete Reuniones Regionales en Tijuana, Veracruz, Mérida, Guadalajara, Reynosa, Puebla y Saltillo, encabezadas por el licenciado Luis Avifa Ayala, Presidente del Consejo Consultivo de la CIRT, en las que se han tratado diversos temas, entre los que destacan: las nuevas tecnologías, transmisiones vía satélite, comercialización de estaciones permisionadas, transmisiones obligatorias por Ley, locutores sin licencia, asuntos generales con las Secretarías de Comunicaciones y Transportes y Gobernación, así como con RTC, visitas de inspección y tarifas, boletines sindicales, Hora Nacional y el Instituto de Capacitación... Esta actividad del Consejo Consultivo ha dado buenos resultados puesto que se ha conocido de propia voz de los radiodifusores, la problemática general y particular que se presenta en todas y cada una de las estaciones concesionadas".⁵⁰

Sin embargo, todos los acuerdos a los que se llegan en estas reuniones no son de carácter resolutivo, sino sólo son las propuestas que expresan la opinión de los radiodifusores del interior del país, las cuales se turnan, más tarde, al Consejo Directivo -cuya presidencia ha sido dominada por los empresarios capitalinos-, el ór-

⁵⁰ "Reuniones regionales del Consejo Consultivo", en: *Antena*, No. 52, CIRT, México: mayo-junio de 1989, pp. 20 y 21.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

gano que finalmente decidirá si se toman o no en cuenta dichas opiniones, de acuerdo con la congruencia de éstas con la política general que en esos momentos esté impulsando la cúpula de la CIRT.⁵¹

Así, mediante estas acciones, la participación directa de los radiodifusores de provincia en la política de su organización queda anulada. Y éstos pierden las posibilidades de defender sus intereses y de resolver sus problemáticas particulares, determinadas por las características de sus regiones.

Y aunque con frecuencia los diferentes presidentes de la CIRT han afirmado que las puertas de la Cámara⁵² están abiertas para todos los socios que requieran de cualquier tipo de asesoría técnica, jurídica, comercial, de información o contable⁵³ -para lo que seguramente tendrán que salir de su región y desplazarse hasta la sede de la CIRT-, lo cierto es que parece ser, como afirma la investigadora Cristina Romo, que "el grupo de empresarios radiofónicos está muy dividido y es poco solidario".⁵⁴

Asimismo, los miembros de la cúpula de la CIRT aseguran, además, generalizando que las emisoras de radio

51 Artículo 73, Fracción III y Artículo XVI, "Estatutos de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión", en: Anuario Oficial de la CIRT. México: 1991 y 1992.

52 La sede de la CIRT está ubicada en Horacio No. 1013, colonia Polanco Reforma, en el Distrito Federal.

53 Estas asesorías forman parte de los servicios que la CIRT debe proporcionar a todos sus socios, de acuerdo con el artículo 92 de los Estatutos de la misma Cámara.

54 Romo, Cristina, Ondas, canales y mensajes. ITESO, México: 1991, p. 39.

"están preparadas para aportar a los países lo que ya sabemos. Somos muy competitivos y, mejor aún, estamos en ventaja. Aparte de las industrias de la construcción y la petrolera, la radio y televisión se encuentran muy desarrolladas".⁵⁵

Sin embargo, dado que las características enumeradas en este apartado han permanecido vigentes en la radio comercial hasta principios de 1994 -con el TLC ya en marcha-, el panorama real no parece muy alentador. Por lo menos no para todos los miembros de la industria radiofónica nacional.

B) CAMBIOS Y AVANCES.

Durante el gobierno salinista -de 1989 a 1993- las estaciones radiofónicas comerciales registraron un crecimiento de casi un 15%, al pasar de 868 emisoras en 1989 a 1017 en 1993. (Ver Cuadros 2 y 3)

Como respuesta a sus propios objetivos comerciales, en ese mismo lapso, las radiodifusoras concesionadas mantuvieron una constante saturación y concentración del espacio sonoro de las ciudades más grandes del país.

Así, el 75% de dichas estaciones se ubicaron en sólo

⁵⁵ Declaraciones del licenciado José Luis Fernández Herrera, presidente del grupo Imagen Comunicación en Radio y ex presidente de la CIRT, en: Antena, No. 164, Op. cit., p. 8.

CUADRO No. 2

DISTRIBUCION DE EMISORAS COMERCIALES POR ESTADOS EN 1969			
	AM	FM	TOTAL
Aguascalientes	11	1	12
Baja California	25	17	42
Baja California Sur	4	3	7
Campeche	9	1	10
Coahuila	41	12	53
Colima	8	0	8
Chiapas	21	3	24
Chihuahua	49	6	55
Distrito Federal	28	23	51
Durango	7	0	7
Guanajuato	37	7	44
Guerrero	18	3	21
Hidalgo	6	0	6
Jalisco	43	19	62
Estado de México	7	2	9
Michoacán	29	4	33
Morelos	4	9	13
Nayarit	12	1	13
Nuevo León	26	15	41
Oaxaca	17	2	19
Puebla	18	11	29
Querétaro	9	4	13
Quintana Roo	5	0	5
San Luis Potosí	19	7	26
Sinaloa	32	4	36
Sonora	45	7	52
Tabasco	12	3	15
Tamaulipas	44	14	58
Tlaxcala	3	1	4
Veracruz	56	15	71
Yucatán	13	4	17
Zacatecas	12	0	12
	670	196	866

Fuente: Medios audiovisuales, tarifas y datos, Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V., junio de 1969.

CUADRO No. 3

DISTRIBUCION DE EMISORAS COMERCIALES POR ESTADOS EN 1983			
	AM	FM	TOTAL
Aguascalientes	8	5	14
Baja California	30	20	50
Baja California Sur	6	5	11
Campeche	9	2	11
Coahuila	43	19	62
Colima	9	2	11
Chiapas	24	6	30
Chihuahua	50	17	67
Distrito Federal	31	24	55
Durango	9	2	11
Guanajuato	33	13	46
Guerrero	18	10	28
Hidalgo	6	3	9
Jalisco	41	23	64
Estado de México	6	4	10
Nichoacán	32	5	37
Morelos	4	12	16
Nayarit	13	2	15
Nuevo León	26	17	43
Oaxaca	21	6	27
Puebla	20	13	33
Querétaro	10	6	16
Quintana Roo	10	2	12
San Luis Potosí	19	8	27
Sinaloa	34	10	44
Sonora	49	17	66
Tabasco	11	6	17
Tamaulipas	45	23	68
Tlaxcala	2	3	5
Veracruz	59	18	77
Yucatán	15	5	20
Zacatecas	12	3	15
706	311	1017	

Fuente: Medios audiovisuales, tarifas y datos, Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V., diciembre de 1983.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

13 estados de la República: 6 del norte (Coahuila, Chihuahua, Sonora, Tamaulipas, Baja California y Nuevo León); 2 del centro (Distrito Federal y Puebla); 4 del occidente (Jalisco, Sinaloa, Michoacán y Guanajuato); y uno del oriente (Veracruz). Todos con gran movimiento demográfico y económico, en donde las emisoras de radio no podrían ser menos útiles en comparación con las regiones en las que se carece de medios de comunicación y de transporte.

En la dinámica generada por estas radiodifusoras, en estos años de vertiginosas transformaciones, de nuevos rumbos económicos, de apertura a la competencia, la eficiencia y la productividad, también se originaron cambios y avances en esta industria, tal vez no tan profundos como los que el momento histórico exige, pero significativos en la medida de que pueden representar el inicio de mutaciones mucho más importantes.

Estos cambios y avances se efectuaron, principalmente, en tres ámbitos de la radio comercial: la programación, el desarrollo tecnológico y las empresas comercializadoras. Como era de esperarse -por el desarrollo tan disparaje de esta industria a nivel nacional- tales cambios no se dieron de manera homogénea. Nuevamente las emisoras de las ciudades más desarrolladas, en este sentido, fueron las que tomaron la batuta en pro de su beneficio personal.

Por ello y por las limitaciones de la misma investi-

gación, en este apartado reseñaremos solamente la forma en que dichas transformaciones se sucedieron en las estaciones de la capital del país, como un reflejo de lo que también pasó en la radiodifusión del resto de las grandes ciudades de la República, y de lo que posiblemente ocurrirá en algunas otras regiones del territorio nacional.

1. LA PROGRAMACION.

A) Los Servicios Informativos y Noticiosos.

Muchos son los locutores, directores artísticos, empresarios de radio y especialistas en la materia, que afirman que la radiodifusión de hoy es diferente a la de hace diez años.

Son, también, ellos mismos los que atribuyen este cambio a las experiencias vividas durante dos acontecimientos ocurridos en la segunda mitad de los ochenta: los sismos de 1985 y las elecciones presidenciales de 1988.

Ambos hechos, aseguran, "fueron la gran prueba para algunas estaciones y el punto de partida para otras. Todas se descubrieron aptas para aprovechar las principales bondades informativas del medio: inmediatez y penetrabilidad."⁵⁶

⁵⁶ Gutiérrez Niño, Joaquín, "Del milagro noticioso a la alta especialización", en: Antena, No. 165, CIRT, México: febrero de 1993, p. 5.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

Fue entonces, a partir de la difusión, manejo y cobertura realizada por la radiodifusión mexicana de estos acontecimientos, cuando se habló del redescubrimiento de una "radio versátil" que no sólo transmite entretenimiento, sino también es capaz de proporcionar información y de desempeñar una importante función social en casos de desastre para la población.

En estas circunstancias, la radio fue el "eco" de las fuerzas y organizaciones civiles, quienes ante la falta de soluciones concretas a sus problemas, se lanzaron a la calle, de manera espontánea, en busca del cambio. Un eco que en los años siguientes los radiodifusores recogieron para explotarlo comercialmente.

Así, a partir de ese momento los servicios informativos y noticiosos radiofónicos adquirieron una importante relevancia. Las noticias y los programas hablados y de opinión se hicieron comunes en las emisoras de todos los grupos de la radio concesionada, especialmente en las de la banda de Amplitud Modulada (AM), la cual prontó encontró en ellos, la vía para competir contra la tecnología de la Frecuencia Modulada (FM).

De esta manera, "el milagro noticioso", como le han llamado algunos, fue la primera manifestación de cambio que experimentó la programación radiofónica durante los primeros años de la década de los noventa.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Este cambio se dio de manera paulatina, por etapas, de acuerdo con las facilidades de los empresarios, las cadenas y las emisoras de radio.

En la primera etapa, noticiarios que ya se escuchaban, que ya contaban con infraestructura y experiencia, se consolidaron en los primeros lugares de audiencia y con las mejores ganancias económicas.

Tal fue el caso de *Monitor*, el noticiario de Radio Red -emisora de la cadena Radio Programas de México- y *Para Empezar*, emisión noticiosa de Stereo Rey -estación del grupo Frecuencia Modulada Mexicana-, cuyos inicios se remontan a 1976 y 1987, respectivamente.

En una segunda etapa, se registró un aumento de los espacios informativos de reciente creación, los cuales se insertaron dentro de la programación musical de las radiodifusoras. Espacios que se caracterizaron por el despliegue de enormes recursos económicos, por parte de las estaciones y cadenas, con el fin de poder ofrecer al escucha, servicios de información vial, datos económicos, debates y opiniones de diversos especialistas de los más variados tópicos.

En este rubro, se ubicaron los casos de *Informativo Panorama*, el servicio noticioso del Grupo ACIR, cuyas transmisiones se iniciaron en junio de 1989 bajo la conducción de Guillermo Ochoa y Lourdes Guerrero, luego de su salida de la empresa Televisa. Así como *La Ciudad*, el

RADIO Y CAPACITACION, HOY

programa informativo del Núcleo Radio Mil (NRM), que salió al aire en mayo de 1991.

Finalmente, la tercera etapa de este auge informativo y noticioso, surgió como resultado de la fragmentación de auditorios, la estrategia comercial que recientemente instrumentaron las cadenas radiofónicas para captar la atención de un segmento específico de escuchas -público cautivo-, para evitar el "zapping", y para aumentar la venta de sus espacios publicitarios, según afirman algunos investigadores como Fernando Mejía Barquera.⁵⁷

Esta tercera etapa consistió en la creación de radiodifusoras con un perfil de programación completamente hablada.

En este sentido, la emisora Radio Red (1110 Khz.) dio los primeros pasos. Le siguieron en 1989 Radio ABC (760 Khz.), "La estación de la palabra", y XEDF, Radio Fórmula -del grupo Organización Radio Fórmula-, la cual abandonó la programación musical-disquera que mantuvo vigente por más de 30 años.⁵⁸

Cabe mencionar que la Organización Radio Fórmula⁵⁹,

57 El "zapping" consiste en estar cambiando todo el tiempo de canal televisivo o estación de radio por parte del televidente o radioescucha, ya sea para evitar los anuncios comerciales, para ver u oír, aunque sea en pedacitos, dos o más programas o sólo por revisar la programación, en busca de una emisión que retenga el propio interés y atención: Mejía Barquera, Fernando, "Zapping", en: El Nacional, Suplemento Dominical, México: 14 de octubre de 1990, p. 27.

58 "Aniversario de XEDF", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 14 de septiembre de 1992, p. 8.

59 Organización Radio Fórmula (ORF) es propiedad del señor Rogerio Azcárraga.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

además, transmite por sus cinco emisoras igual número de noticiarios, como parte de su programación informativa. Estos son: *Línea Directa*, noticiario matutino que incluye información nacional, internacional, deportes, espectáculos, finanzas, temas ecológicos y proporciona informes sobre las condiciones viales de la ciudad; *Cúpula Empresarial*, programa informativo diseñado para cubrir las necesidades del empresario actual; *Fórmula Financiera*, noticiario especializado en finanzas, basado en el análisis, debate y confrontación de los temas y notas del día que afectan a la economía nacional; *Metrópolis*, con temas ciudadanos, y *Ensalada de Lechuga*, espacio de humorismo político.

En 1992, fue el Núcleo Radio Mil -propiedad de Guillermo Salas Peiró- el grupo protagonista de los principales cambios informativos: XEPH conocida como Radio Alicia, desapareció a principios de año para dejar su lugar a X-press, estación cien por ciento de información en inglés. En tanto, XEOY, Radio Mil, modificó su programación musical en hablada, con diversas barras de opinión. Asimismo, NRM amplió su servicio informativo *La Ciudad*, a través de la creación de una nueva sección llamada *La Ciudad se asoma al mundo*, de corte internacional.

Con respecto a estos cambios, Luz Lajous, vicepresidenta del Consejo de NRM, expresó que "la modificación de estas dos estaciones implicó una cirugía mayor. Es muy distinta la radio con perfil musical, que

RADIO Y CAPACITACION, HOY

hablado. Este último requiere de fuerte inversión económica, tiempo y de nutrido equipo humano".⁶⁰

Finalmente, a mediados de 1993, nació la estación hablada de Organización Radio Centro (ORC): Formato 21.

En opinión de Juan María Naveja, director de Noticias de ORC, este grupo radiofónico "llegó tarde a la competencia noticiosa que se da en el cuadrante; no se involucró en la radio hablada en el momento preciso".⁶¹

Sin embargo, a través de la contratación de Carlos Aparicio -quien dedicó 17 de sus 23 años de trabajo en el medio radiofónico a consolidar la programación informativa de Radio Red- se transformó el perfil de XECNK, Radio Sensación, cuya programación se basaba en la música de balada en español, en: Formato 21, la estación que ahora transmite información sistematizada, cada 21 minutos, de los sucesos más importantes del acontecer mundial y "de todo aquello que le será de gran utilidad (al ciudadano) para vivir con comodidad en el Distrito Federal".⁶²

De esta manera, a finales de 1993 en el cuadrante de la ciudad de México existían 15 noticiarios radiofónicos que transmitían entre las 6 y las 11 de la mañana, los

⁶⁰ "Las series habladas, tendencia mundial. Aplican cirugía a NRM", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 22 de marzo de 1993, p. 8.

⁶¹ "La radio: el medio masivo más confiable. Conversación con Juan María Naveja", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 23 de diciembre de 1991, pp. 8 y 17.

⁶² "Formato 21 al aire", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 24 de mayo de 1993, p. 8.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

cuales, se estimaba, eran sintonizados por más de un millón de personas -promedio por hora- diariamente, quienes escuchaban desde un editorial sobre los acontecimientos políticos, hasta los reportes de la situación vial y los índices de contaminación.⁶³

Por supuesto, esta competencia informativa no sólo tuvo como objetivo el proporcionar mejores servicios a los radioescuchas. Representó, asimismo, la oportunidad de los empresarios de la radio para obtener mayores ganancias económicas, vía la publicidad insertada en los noticiarios, que desde 1989 tuvieron asignada una tarifa especial, diferente a la del resto de la programación de cada emisora.

Por ejemplo, en 1993 un minuto de publicidad en Radio Red costó mil nuevos pesos, salvo en las tres emisiones de *Monitor*, donde la tarifa se elevó a tres mil 750 nuevos pesos. En ACIR, con la promesa de cobertura nacional, los precios por minuto fueron: de 9 de la noche a 6 de la mañana, de 2,400 nuevos pesos; de 11 de la mañana a 9 de la noche, de 4,560 nuevos pesos, y durante la transmisión de *Informativo Panorama*, la tarifa por minuto aumentó a 7,440 nuevos pesos. Por último, en Stereo Rey, el minuto de publicidad tuvo un costo de 455 nuevos pesos, excepto durante la transmisión del noticiario *Para Empezar*, con Pedro Ferriz de Con, donde el minuto de publicidad costaba 2,411 nuevos pesos.

63 "Guerra sin cuartel en el cuadrante. Nuevos formatos, nuevos contenidos", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 18 de octubre de 1993, p. 8.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

Sin embargo, a pesar de este auge informativo⁶⁴, algunos investigadores aseguran que aún falta camino por recorrer, pues los servicios noticiosos que hoy existen en el cuadrante radiofónico, "tienen diversas deficiencias y limitaciones que, en mucho, se asemejan a las de la información televisiva: fragmentación, descontextualización, centralismo, poca pluralidad, discontinuidad en el seguimiento de los hechos relevantes y dispersión, entre otros".⁶⁵

B) La Programación Musical.

Los cambios que experimentó la programación musical de 1990 a 1993, fueron más de forma que de fondo. De hecho, el mismo formato musical-disquero de décadas anteriores mantuvo su predominio -con ligeras modificaciones- en la programación de la mayor parte de las emisoras radiofónicas del Distrito Federal.

Con el fin de captar mayor auditorio, publicidad e ingresos, las cadenas y estaciones de radio efectuaron un reajuste a su programación musical a través de la fragmentación de mercados, la adopción de nuevos perfiles musicales y estructuras programáticas, y por medio del uso de nuevas formas de hacer promociones. (Ver Cuadros 4 y 5)

⁶⁴ El 75% de las radiodifusoras que operan en la capital del país cuentan con algún servicio noticioso: Gutiérrez Espíndola, José Luis y Lobato Pérez, María Petra, "Información radiofónica: el mundo en tres minutos", en: Perfiles del cuadrante, Op. cit., p. 162.

⁶⁵ Ibidem., p. 150.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Con respecto a la fragmentación de mercados, como ya lo mencionamos, ésta es una estrategia comercial utilizada por la radio concesionada desde finales de la década de los ochenta, "como un canal comunicativo personalizado, dirigido a públicos específicos, en momentos específicos"⁶⁶, a través del diseño de la programación de cada emisora, de acuerdo con los rasgos económicos y culturales de cada sector de la sociedad al que va dirigido.

Como se aprecia en el Cuadro 4, en 1990 el 29% de las estaciones del cuadrante del Distrito Federal transmitían "música moderna en español". Otras más, a pesar de pertenecer al mismo grupo radiofónico, mantenían el mismo perfil musical, tal era el caso de las cuatro radiodifusoras del grupo Imagen Comunicación en Radio.

Tres años después, en 1993, el panorama había cambiado. Más de 10 estaciones de la radio concesionada transformaron su perfil con base en la estrategia comercial del grupo al que pertenecían, y no de manera individual como se había venido haciendo.

Los casos de Organización Radio Centro (ORC), Organización Radio Fórmula (ORF), Imagen Comunicación en Radio y Grupo ACIR, ejemplifican esta situación.

En ORC los reajustes se iniciaron desde 1990 y abar-

⁶⁶ "Perfil comercial de la radiodifusión", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 4 de octubre de 1993, p. 17.

CUADRO No. 4

GRUPOS RADIOFONICOS DEL DISTRITO FEDERAL EN 1990			
<u>NUCLEO RADIO MIL (NRM)</u>			
1. XEPH	590	Radio 590 "La Pantera"	Música en inglés de los 60 y 70
2. XEOY	1000	Radio Mil	Música moderna en español
3. XECO	1390	Dimensión 1390	Música romántica de todos tiempos
4. XEBS	1410	Radio Sinfonía	Música ranchera
5. XEUR	1530	Radio Onda	Música salsa
6. XEOY-FM	99.7	Estéreo Mil	Música clásica
7. XEMSON-FM	100.8	Rock 101	Rock internacional
<u>ORGANIZACION RADIO CENTRO (ORC)</u>			
1. XERC	790	Expresión 790	Programas hablados y música moderna en español e inglés
2. XEQR	1030	Radio Centro	Música de hoy y siempre
3. XEJP	1150	Radio Variedades	Música moderna en español
4. XECMG	1320	Radio Sensación	Música moderna en español e inglés
5. XEEST	1440	Radio Alegría	Música moderna en español
6. XEFAJ	1560	Radio Consentida	Música mexicana
7. XEJP-FM	93.7	Radio Joya	Música romántica e instrumental
8. XERC-FM	97.7	Estéreo 97.7	Música moderna internacional en español
9. XEQR-FM	107.3	Radio Universal	Música internacional
<u>ORGANIZACION RADIO FORMULA (ORF)</u>			
1. XEDF	970	Radio Espectáculo	Música moderna en español
2. XESM	1470	Radio Cañón	Música moderna en español
3. XEAI	1500	Canal Trópica	Música trópica
4. XERPM-FM	103.3	Estéreo 103	Música moderna en inglés
5. XEDF-FM	104.1	Jazz FM	Música de jazz
<u>GRUPO ACIR</u>			
1. XEFR	1190	Radio Felicidad	Música juvenil en español
2. XEL	1260	Radio ACIR	Información de interés general
3. XEVOZ	1590	Radio Capital	Música en inglés
4. XHSH-FM	95.3	Estéreo Amistad	Rock pop, jazz, new age
<u>TELEVISA RADIO (RADIOPOLIS)</u>			
1. XEX	730	La X	Información, deportes y espectáculos
2. XEW	900	La Voz de la América desde México	Orientación familiar, diversión, entretenimiento
3. XEQ	940	La Q	Música balada juvenil-adulto
4. XEQ-FM	92.9	La Tropi-Q	Música tropical
5. XEW-FM	96.9	W-FM "Magia digital"	Música pop variada
6. XEX-FM	101.7	Estéreo 102	Música juvenil en español

GRUPO SIETE			
1.	XHFO-FM	92.1 Crystal-FM	Música romántica en español e instrumental
IMAGEN COMUNICACION EN RADIO			
1.	XELA	830 La Buena Música	Música internacional
2.	XEDA	1290 Radio Trece	Música internacional
3.	XEDA-FM	90.5 Radio Imagen	Música Internacional
4.	XELA-FM	98.5 Estéreo Clasic	Música clásica
GRUPO ARTBA			
1.	XHM-FM	88.9 Azul 89	Música instrumental internacional y balada en inglés de los 70
2.	XHPOP-FM	99.3 Digital 99	Música juvenil en inglés y español
3.	XHDFM-FM	106.5 Amor 106	Balada romántica en español
RADIO PROGRAMAS DE MEXICO			
1.	XERED	1110 Radio Red	Noticias, novelas, deportes y programas
2.	XHRED-FM	88.1 Radio VIP	Programas y música en inglés
3.	XHRCA	91.3 Estación Alfa	Música juvenil en inglés
SOIEDAD MEXICANA DE RADIO (SONER)			
1.	XMM-FM	100.1 Stereo Cien	Música Internacional
RADIO S.A.			
1.	XEOC	580 Radio Chapultepec	Música y noticias
FRECUENCIA MODULADA MEXICANA			
1.	XHV-FM	102.5 Estereo Rey	Música internacional
2.	XHBS-FM	104.9 FM Globo Stereo	Balada en español
RADIO 820			
1.	XENK	820 Radio 820	Música Internacional
RADIO SISTEMA MEXICANO S.A.			
1.	XEN	890 Radio Mundo	Música internacional en todos los idiomas
MEXICO RADIO S.A.			
1.	XEABC	760 Radio ABC La estación de la palabra	Programas hablados

Fuente: Medios audiovisuales, tarifas y datos, Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V., septiembre de 1990.

CUADRO No. 5

GRUPOS RADIOFONICOS DEL DISTRITO FEDERAL EN 1993			
<u>NUCLEO RADIO MIL (NMN)</u>			
1. XEPH	580	X-Press	Música y programas en inglés
2. XEOY	1000	Radio Mil	Noticias, comentarios y música en español
3. XECO	1380	Dimensión 1380	Nueva nostalgia
4. XEBS	1410	Radio Sinfonía	Música ranchera
5. XEUR	1530	Radio Onda	Música trópicol, de grupos y salsa
6. XEOY-FM	89.7	Estéreo Mil	Música clásica
7. XEHSN-FM	100.9	Rock 101	Rock and Roll
<u>ORGANIZACION RADIO CENTRO (ORC)</u>			
1. XERC	780	El Fonógrafo del Recuerdo	Música del recuerdo en español
2. XEQR	1030	Radio Centro	Música de hoy y siempre
3. XEJP	1150	Radio Variedades	Música de grupos y baladas en español
4. XECMQ	1320	Formato 21	Noticias y música en español
5. XEEST	1440	Radio Exitos	Música moderna en español
6. XEFAJ	1580	Radio Consentida	Música mexicana
7. XEJP-FM	93.7	Stereo Joya	Música romántica
8. XERC-FM	97.7	Stereo 97.7	Música moderna en español
9. XEQR-FM	107.3	Radio Universal	Música internacional
10. XHFO-FM	92.1	Sonido Z	Música de grupos
<u>ORGANIZACION RADIO FORMULA (ORF)</u>			
1. XEDF	870	Radio Fórmula	Noticias y programas
2. XESM	1470	Rock Fórmula	Rock en español e inglés
3. XEAI	1500	Canal Trópicol	Música trópicol
4. XERPM-FM	103.3	FM 103 Fórmula Romántica	Música del recuerdo en español
5. XEDF-FM	104.1	Radio Uno	Música de grupos y baladas en español
<u>GRUPO ACIR</u>			
1. XEFR	1180	La Comadre	Música de grupos
2. XEL	1280	Radio ACIR	Noticias, deportes y entretenimiento
3. XEVOZ	1590	Capital Heavy Radio	Rock en inglés
4. XHSH-FM	95.3	Amistad 95.3	Música moderna en español
<u>TELEVISA RADIO (RADIOPOLIS)</u>			
1. XEX	730	La Super X-Super Grupos	Música de grupos y deportes
2. XEW	900	XEW Radio	Orientación familiar, diversión, entretenimiento
3. XEQ	940	La Q 940	Música moderna en español
4. XEQ-FM	94.0	Super Q Kebuena	Música de grupos
5. XEW-FM	98.9	W-FM Magia Digital	Rock y pop internacional
6. XEX-FM	101.7	Yo 102	Música moderna en español

IMAGEN COMUNICACION EN RADIO				
1.	XELA	830	La Buena Música	Música clásica, información
2.	XEDA	1290	Rock and Radio	Rock oldies en inglés y rock and roll en español
3.	XEDA-FM	90.5	Pulsar FM	Música juvenil en español
4.	XELA-FM	98.5	Radioactivo 98 1/2	Rock juvenil
GRUPO ARTRA				
1.	XHM-FM	88.9	Azul 89	Rock de los 50 y 70
2.	XHPOP-FM	99.3	Digital 99	Rock juvenil del momento
3.	XHDFM-FM	106.5	Amor 106	Balada romántica de hoy
RADIO PROGRAMAS DE MEXICO				
1.	XERED	1110	Radio Red	Noticias, novelas, deportes y programas
2.	XHRED-FM	88.1	88.1	Música internacional en inglés
3.	XHRCA-FM	91.3	Alfa 91.3	Música juvenil en inglés
CRYSTAL-CIMA-SOMER				
1.	XMM-FM	100.1	Stereo Cien	Música internacional contemporánea
RADIO CHAPULTEPEC S.A.				
1.	XEOC	560	Radio Chapultepec	Música variada inglés-español y noticias
FRECUENCIA MODULADA MEXICANA				
1.	XHV-FM	102.5	Stereo Rey	Música internacional moderna y noticieros
2.	XHBS-FM	104.9	FM Globo Stereo	Balada en español, programas y noticias
RADIO 620				
1.	XENK	620	Radio 620	Música internacional
RADIO SISTEMA MEXICANO				
1.	XEN	690	Radio Sportiva	Programas deportivos
MEXICO RADIO S.A.				
1.	XEABC	760	La estación de la palabra	Programas hablados

Fuente: Medios audiovisuales, tarifas y datos, Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V., diciembre de 1993.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

caron el cambio de perfil de cinco de sus emisoras:

1. 21 de octubre de 1990: la estación Expresión 790 -con programación hablada- desapareció para dejar su lugar a "El Fonógrafo del Recuerdo", la emisora que hoy transmite "música del recuerdo, un espacio que se encontraba abandonado desde 1985", según afirmaciones de sus directivos.⁶⁷

2. 7 de noviembre de 1992: Radio Variedades, emisora "que desde hace casi 20 años era la encargada de transmitir rock y música moderna en español, abrió su esquema musical para que ingresara la música grupera".⁶⁸

3. 17 de mayo de 1993: Radio Sensación -otra de las estaciones de ORC que transmitía música moderna en español- pasó a ser Formato 21, emisora de noticias. En tanto, Radio Alegría dejó de serlo para transformarse en Radio Exitos, una de las dos radiodifusoras de ORC que actualmente transmite música juvenil en español.⁶⁹

4. 16 de agosto de 1993: la banda de frecuencia modulada de los 92.1 megahertz, perteneciente al Grupo Siete, fue rentada por un periodo de 5 años por ORC para crear "Sonido Z", la emisora que desde esta fecha transmite "el sonido vivo de los grupos".

⁶⁷ "Brindis por el Fonógrafo del recuerdo. Conversación con Enrique del Callejo", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 24 de febrero de 1992, p. 17.

⁶⁸ Trejo Villafuerte, Arturo, "De chile, tomate y cebolla", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 7 de diciembre de 1992, p. 8.

⁶⁹ La otra emisora es Stereo 97.7.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Por su parte, Organización Radio Fórmula (ORF) introdujo programas hablados y noticiosos en lugar de la música moderna en español en XEDF, Radio Fórmula; sustituyó a otra de sus emisoras con el mismo formato -Radio Cañón- para crear Rock Fórmula, cuya programación se basa en la música de rock en inglés y español; incluyó música del recuerdo en español al diseñar FM 103, Fórmula Romántica, la cual sustituyó a Estéreo 103; finalmente, para estar a la vanguardia de los ritmos musicales más populares del momento, suplió a Jazz FM por Radio Uno, la emisora que transmite música de grupos-baladas-rock en español-tropical.

En Imagen Comunicación en Radio el reajuste fue más severo, debido a que en 1990 tres de sus cuatro estaciones transmitían "música internacional" y la restante, "música clásica".

En 1993, de ellas, sólo XELA, "La Buena Música" conservó su nombre y parte de su programación original, ya que le fue agregado un segmento informativo. Las otras tres -XEDA, XEDA-FM y XELA-FM- fueron reestructuradas a lo largo de 1992:

1. 20 de junio: justo en el solsticio de verano, nació Radioactivo 98 1/2, la emisora que transmite ritmos de corte internacional, los cuales abarcan desde rock, pop, música industrial y reggae, hasta la

RADIO Y CAPACITACION. HOY

denominada *golden music*.⁷⁰

2. 22 de octubre: la banda del 1290 de amplitud modulada, conocida como Radio Trece, modificó su formato musical para convertirse en Rock and Radio, la cual a partir de este momento empezó a programar música de rock en inglés y español desde sus inicios hasta nuestros días.

3. 18 de noviembre: a las 20 horas de este día nació Pulsar FM, al mando de Arturo Forzán⁷¹, emisora que ahora ofrece al escucha música moderna en español. Con Pulsar FM, el grupo Imagen Comunicación en Radio -perteneciente al licenciado José Luis Fernández Herrera- cambió una radio de 20 años de existencia: Imagen 90.5, la cual ocupaba el lugar 46 de la tabla de INRA (International Research Associates, S.A. de C.V.).⁷²

En el caso de Grupo ACIR, sus directivos -encabezados por el señor Francisco Ibarra- ofrecieron una conferencia de prensa, el 2 de mayo de 1993, para anunciar el cambio de perfil de sus cuatro emisoras, con el fin de convertirlas en piloto para enlazarlas a sus repetidoras en todo el país.

⁷⁰ Con este cambio finalizó la existencia de Dial 98.5 -cuya programación se centraba en la difusión de música pop en inglés- el proyecto radiofónico que nació el 15 de abril de 1991, al desaparecer Stereo Clasic, la emisora de música clásica del grupo.

⁷¹ Antes de trabajar en el grupo Imagen Comunicación en Radio, Arturo Forzán Rovirose dirigió Stereo 102 -hoy Kiss FM- estación del grupo Televisa Radio. En febrero de 1992 fue sustituido por Gloria Calzada, quien, asimismo, fue removida del cargo en septiembre de ese mismo año. Martín Fabián fue puesto en su lugar.

⁷² "Pulsar FM, nuevo concepto de 5 canciones ligadas", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 7 de diciembre de 1992, p. 17.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

De esta manera, Radio ACIR se transformó en una estación totalmente hablada, con barras de noticiarios. Radio Felicidad fue sustituida por "La Comadre", emisora de música grupera. Heavy Radio retomó la añeja tradición de Radio Capital, al empezar a transmitir música en inglés. Por último, Amistad 95.3 -antes Radio Amistad- es ahora la estación de baladas en español que se propone atraer a la gente madura.

Por lo que respecta a las radiodifusoras independientes, éstas -para no quedar a la zaga de las transformaciones y la competencia- también modificaron sus perfiles programáticos. Algunas de ellas, como Radio Chapultepec, optaron por tratar de ofrecer a su público toda la variedad de ritmos musicales y servicios informativos similares a los que los grupos radiofónicos ofrecían a través de más de dos emisoras, en tan sólo 24 horas.

Otras, en cambio, prefirieron el perfil único, dirigido, en un sólo sentido, a un segmento determinado de la población. Este fue el caso de XEABC, "La estación de la palabra", y XEN, Radio Sportiva, -otrora Radio Mundo- que desde el 9 de diciembre de 1992 empezó a transmitir una programación cien por ciento deportiva.

Y otras más, decidieron asegurar su sobrevivencia darwiniana apoyándose en la tradición de su programación musical. Radio 620, la emisora que transmite desde el 20 de junio de 1949 "la música que llegó para quedarse", es el mejor ejemplo de este rubro.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

Como se aprecia, estas transformaciones terminaron no con el esquema clásico de la programación musical radiofónica, sino con perfiles musicales que hasta por cerca de 20 y 30 años permanecieron inalterables.

Asimismo, estimularon la competencia entre las cadenas, grupos y radiodifusoras independientes del cuadrante capitalino. Competencia que entre otras cosas, de acuerdo con las leyes del mercado, provocó la inclusión de géneros musicales más populares y el desplazamiento de otros más selectivos.

En este sentido, la música de grupos o grupera -movimiento musical dirigido a las clases populares- ha sido la gran ganadora de nuestros días. Y la balada en español y la música instrumental, las perdedoras.

En marzo de 1992 se aseguraba que "sólo en el Distrito Federal la balada está más fuerte que los grupos, porque en la provincia, especialmente en Monterrey y Guadalajara, los gruperos les partieron el alma a los baladistas. En provincia, el movimiento (grupero) ya arrasó".⁷³

Sin embargo, un año después -en febrero de 1993- el cuadrante capitalino ya no era el mismo. La música grupera

⁷³ "Movimiento grupero en el cuadrante. Música para el pueblo", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 23 de marzo de 1992, p. 17.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

había empezado, también, a ganar terreno:

"Actualmente la música grupera cuenta con muchos espacios en la radio: Radio Variedades, XEX-AM y La Comadre en amplitud modulada; y Radio Uno, Super Q Kebuene y Sonido Z en frecuencia modulada, son las emisoras que ahora se escuchan en todos lados: en el pesero, en la casa y hasta en la oficina. En cambio, la música instrumental perdió sus espacios. Hoy sólo quedan unas cuantas opciones: Estéreo Mil FM 89.7, "El sonido de los clásicos", y XELA, "La buena música". Quizá se podría mencionar a Radio 620, Azul 89, Stereo Cien o Radio Chapultepec, pero entre paréntesis, porque éstas incluyen piezas de música instrumental, pero sus programaciones están construidas básicamente con temas en inglés en el caso de 620, Azul 89 y Stereo Cien y baladas en Radio Chapultepec"⁷⁴

En esta batalla por captar el mayor auditorio posible, los programadores y directores artísticos también echaron mano -durante estos tres años- de la promoción radiofónica a través de la transmisión a control remoto de conciertos masivos y de la estructuración programática en bloques de canciones sucesivas sin corte comercial.

En el primer caso destaca como la emisora pionera de este tipo de promoción, Radio Variedades -grupo ORC- que desde 1991 realiza el evento denominado *Descarga musical*, un festival multitudinario que nada más en febrero de 1993 tuvo como sedes 10 delegaciones políticas y cuatro presidencias municipales del Estado de México, desde donde diversos locutores de ORC enviaban, alternadamente, sus comentarios a la cabina de la emisora. Asimismo, sin escatimar recursos económicos, se contó con la participación de dos helicópteros y una unidad móvil, los

⁷⁴ "La corriente grupera absorbe el cuadrante. La música instrumental, en extinción", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 8 de febrero de 1993, p. 8.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

cuales hicieron posible, también, la transmisión radiofónica de la música de los 60 grupos que se lograron conjuntar para tal evento.⁷⁵

A este tipo de promociones se unieron no sólo las estaciones de música grupera como Radio Uno, La Comadre y la Super Q Kebuena, sino también las radiodifusoras con perfiles de baladas en español, música en inglés y música romántica, invitando y promocionando a grupos e intérpretes cuya producción musical resultaba congruente con el perfil de la misma emisora.

Por ejemplo, el 11 de julio de 1993, FM 103, Fórmula Romántica, organizó una caravana musical denominada "*Los Grandes de la Bohemia*", a la que asistieron cerca de 5 mil personas. Los grupos musicales participantes "ofrecieron momentos agradables y representativos de épocas doradas de los tríos, el bambuco, la trova, etcétera, corrientes que lograron trascender nuestras fronteras".⁷⁶

Al respecto, hay quienes afirman que "los encargados de (organizar) estos conciertos multitudinarios programan en forma indiscriminada a los grupos, sin importarles si tienen un mínimo de calidad musical, lo cual va en detrimento de los escuchas".⁷⁷

75 Entre los grupos asistentes estuvieron presentes Rigo Tovar, Bruno Danza, Los Mier, Los Angeles Negros, Los Terrícolas, Los Pasteles Verdes, Los Solitarios y La Tropa Loca, por mencionar sólo algunos.

76 "Festival con Los Grandes de la Bohemia. Los amorosos callan", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 12 de julio de 1993, p. 17.

77 "Estrategias para captar auditorio. Música a control remoto", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 30 de agosto de 1993, p. 17.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Hasta aquí en cuanto a las formas de promoción de las radiodifusoras capitalinas.

Por lo que se refiere a la estructuración programática basada en segmentos de canciones sin cortes comerciales, es posible señalar que ésta estrategia surgió como una vía para recuperar al auditorio que se hartó de la saturación de cortes comerciales entre melodía y melodía, al "crear la ilusión de que (las emisoras) pasan pocos anuncios publicitarios".⁷⁸

De esta manera, Stereo 102, 97.7 y Radio Universal, por ejemplo, empezaron a transmitir bloques de tres canciones seguidas antes de cada segmento comercial. "Tres en línea", dicen en Radio Universal.

Sin embargo, pronto nació Pulsar FM con un esquema aún más "arriesgado", promoviendo un formato de "Cinco canciones continuas".

Posteriormente, ya desatada la competencia radiofónica, Radio Programas de México no quiso quedarse a la zaga. Por ello, XHRED-FM, Radio VIP (Very Important People) -una de las emisoras capitalinas de este grupo radiofónico- con una programación de corte empresarial, en inglés, el 16 de agosto de 1993 cambió su perfil, al mando de Alejandro Serna -nieto del fundador de Radio Programas de México: Clemente Serna Martínez, e hijo del actual director de la empresa: Clemente Serna Alvear-, para dejar

78 Mejía Barquera, Fernando, "Zapping", Op. cit.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

su lugar a 88.1, la estación que "rescata y difunde los temas de música internacional (en inglés) que hicieron época durante los setenta y ochenta, además de que transmite los mejores éxitos de los noventa".⁷⁹

"Ahora, -asegura el joven empresario- la estación juega un poco con el número 8. Por eso se transmiten 8 temas musicales ininterrumpidos con un corte comercial. En total son dos bloques de anuncios por cada hora".⁸⁰

Finalmente, la expresión más acabada de esta tendencia, surgió en estaciones como Rock 101 y WFM, las cuales han llegado a transmitir programas de una y hasta dos horas sin corte comercial alguno.

2. LOS AVANCES TECNOLOGICOS.

Otro elemento fundamental que nos permitirá entender la realidad de la difusión radiofónica mexicana de esta década -enmarcada por la apertura y la competencia nacional e internacional- es el avance tecnológico que ha experimentado desde 1990.

La relevancia de este hecho, surge a partir de que "después de transcurrir varias décadas sin que se registrara en ella prácticamente ningún avance tecnológico

⁷⁹ "88.1, espacio informativo y musical. Sustituye a Radio VIP", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 6 de septiembre de 1993, p. 17.

⁸⁰ *Ibidem*.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

significativo, 1990 trajo para la radio mexicana el anuncio del empleo de nuevas tecnologías que sin duda harán que el sonido que llega a los radioescuchas mexicanos eleve su calidad (habrá que ver si ocurre lo mismo con los contenidos)".⁸¹

Ante el desarrollo de las Nuevas Tecnologías de Información (NIT) que lograron los países más industrializados desde la década pasada⁸²; el uso masivo que de dichas tecnologías ya se proyecta hacer en el ámbito de la difusión masiva, a lo largo de esta última década del siglo⁸³; el papel estratégico que en los últimos años han empezado a jugar las telecomunicaciones en la globalización mundial; la apertura de espacios geográficos y la creación de bloques económicos; y el contexto de crisis -entendida como cambio- económica, política y social que prevalecían en México a principios de la década, la radiodifusión nacional tuvo que empezar a plantearse la necesidad de avanzar tecnológicamente para no perecer en el oleaje de las transformaciones.

Richard V. Ducey, vicepresidente de la National Association of Broadcasters (N.A.B.) de los Estados Unidos, así lo advirtió en mayo de 1990, en Cancún, Quin-

⁸¹ Gutiérrez Espíndola, José Luis y Mejía Barquera, Fernando, "Para una historia mínima de los medios en 1990", en: *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 15, México: enero-febrero de 1991, p. 12.

⁸² Compact disc, televisión distribuida vía microondas, televisión por cable, satélites, fibras ópticas, videocassetas, videojuegos y microcomputadoras.

⁸³ Entre los más destacados se encuentran: los Sistemas de Radio para la Transmisión de Datos (Radio Data Systems-R.D.S.), la Difusión Directa por Satélite (Direct Broadcast Satellite-D.B.S.), Televisión de Alta Definición (High Definition Television-H.D.T.V.) y la Grabadora de Audio Digital (Digital Audio Tape Recorder-D.A.T.).

RADIO Y CAPACITACION. HOY

tana Roo, ante radiodifusores mexicanos: "lo que nos une hoy, aquí en México es la industria de radiodifusión, una industria que está afectada por grandes cambios que representan amenazas así como oportunidades para los radiodifusores en los años noventa".

Y así lo enfatizó el ingeniero Jaime Robledo Romero, gerente técnico de la CIRT, en el Segundo Seminario de Radio y Televisión de la Comisión Juvenil de la CIRT: "desde 1966 hasta la fecha la audiencia de radio ha bajado del 60% de escuchas, siendo el 38% de AM y el 22% de FM, a un 38% de audiencia total en radio, del cual un 16% es para AM y un 22% para la FM. Analizando estas tendencias, se llega a la conclusión de que de no encontrarse nuevas fórmulas, llegaremos al año 2000 con una audiencia de radio inferior al 10%. En los Estados Unidos la tendencia es muy clara: a medida que se incrementan las ventas de disco compacto y otros sistemas digitales, va descendiendo la audiencia de radio".

Para enfrentar esta situación, el organismo representante, a nivel nacional, de los concesionarios de radio y televisión, la CIRT, buscó reforzar sus vínculos⁸⁴ con las instituciones cúpula de la industria radiofónica de norteamérica: la NAB de los Estados Unidos y la CAB (Canadian Association of Broadcasters) de Canadá, con el propósito de estimular el intercambio tecnológico en nuestro país.

⁸⁴ Las relaciones entre la CIRT, la NAB y la CAB iniciaron en el año de 1981, cuando las tres organizaciones celebraron su primera reunión en el poblado de Williamsburg, ubicado en el estado de Virginia, en los Estados Unidos de norteamérica.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Asimismo, la CIRT movilizó a su equipo de ingenieros y técnicos de su Gerencia Técnica -antes Asesoría Técnica- para organizar delegaciones que asistieran, con la representación mexicana, a las reuniones de los organismos internacionales relacionados con la radiodifusión, tales como la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y la Conferencia Administrativa Mundial de Radiocomunicación (CAMR), donde se ventila la problemática tecnológica de los países más desarrollados.

A) De la estereofonía en AM a la radio digital.

1990. El primer avance tecnológico que lideraron la CIRT y su equipo de técnicos e ingenieros, fue la transformación de la banda de Amplitud Modulada (AM), que en aras de elevar su competitividad, integró a su sistema la Estereofonía y la Norma de Calidad de Transmisión (NCT).

"La radiodifusión en amplitud modulada, la más antigua y tradicional que existe desde su aparición en 1919, no ha sufrido cambios importantes en su aspecto fundamental, si acaso con la aparición de la microelectrónica después de la Segunda Guerra Mundial, los equipos transmisores, las consolas y de los demás equipos de audio se han modernizado substancialmente. Sin embargo, la radiodifusión en AM cuenta con un ancho de banda relativamente estrecho (10 Kilohertz) para ofrecer posibilidades de competencia frente a la FM (200 Kilo-

RADIO Y CAPACITACION, HOY

hertz) y no digamos comparadas con la calidad alcanzada por el audio digital de disco compacto".⁸⁵

En este sentido, la Norma de Calidad de Transmisión -conocida por sus siglas en inglés como NRSC- propuso aumentar la banda base de transmisión de la AM de 10 KHz. a 20 KHz., buscando con ello que la banda de audio también aumentara de 5KHz. a 10KHz., mediante el empleo de un filtro. El Comité Nacional de Normas Técnicas de Radiodifusión de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) consideró conveniente que la Norma NRSC sería obligatoria para todas las estaciones de radio de AM. Obligación que entró en vigor a partir del 1º de enero de 1993.

En tanto, la instalación de la Estereofonía en AM quedó reglamentada desde el 24 de septiembre de 1990, cuando la SCT anunció públicamente, en el *Diario Oficial*, que México adoptaría como oficial el sistema de transmisión para AM estéreo, el C-QUAM Motorola⁸⁶, señalando -en el mismo documento- las normas técnicas a las que se debería ajustar este nuevo servicio, el cual hasta esta fecha sólo podían ofrecer las emisoras de FM.⁸⁷

⁸⁵ Ingeniero Jaime Robledo Romero, Gerente Técnico de la CIRT, "Norma de Calidad de Transmisión y Estéreo en AM", en: *Antena*, No. 100, CIRT, México: junio-julio de 1991, p. 9.

⁸⁶ En los Estados Unidos existen dos sistemas de estereofonía en AM: el C-QUAM de la compañía Motorola que mayoritariamente controla el mercado, y el sistema KAHN, el cual sigue siendo minoritario. Varios países del mundo, a través de sus gobiernos, ya adoptaron oficialmente el sistema C-QUAM, entre los que se encuentran Canadá, Brasil, Australia, Nueva Zelanda y otros más de la cuenca del Pacífico.

⁸⁷ La transmisión en estereofonía es la emisión de dos señales simultáneas.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Ante estos cambios, la gerencia técnica de la CIRT advirtió a los radiodifusores del país:

"Desde luego, las actuales estaciones de AM deben transformarse para ser capaces de afrontar el reto de entrar a la era de la estereofonía que les ofrece una amplia gama de posibilidades de recuperar y ampliar mercados y volver más competitivas sus estaciones... (Para ello,) se necesita transformar la cabina de transmisión, la de grabación, la de producción de programas y controles remotos, el transmisor y equipo periférico de la transmisora y, en algunos, el acoplador y la antena, así como los sistemas de control y monitoreo, lo que significa una transformación a fondo, que indiscutiblemente significa una inversión y un trabajo que puede finalmente, de poder realizarse, captar en mercados de mucha competencia un mayor auditorio que traerá consigo un aumento de ventas y tarifas"⁸⁸

Días después -en octubre de 1990- durante la XXXII Semana Nacional de Radio y Televisión, el Consejo Directivo de la Cámara presentó a la Asamblea un esquema de respaldo financiero dirigido, principalmente, a impulsar la modernización de equipos e instalaciones de pequeñas y medianas empresas de radio y televisión, aunque también se incluyó la posibilidad de apoyar a las grandes empresas difusoras para la compra de equipos nuevos. (Ver Cuadro 6)

Según explicaron los miembros del Consejo Directivo y el licenciado Francisco Campuzano Lamadrid, gerente jurídico de la CIRT, Nacional Financiera creó un fondo de 150 millones de dólares -con recursos obtenidos de bancos extranjeros como el Exinbank- para financiar hasta el 100%

⁸⁸ Jaime Robledo Romero, "Norma de...", Op. cit., p. 12.

CUADRO No. 6

PROGRAMA DE FINANCIAMIENTO PARA LA INDUSTRIA DE LA RADIO	
PLAZO:	10 años
FORMA DE PAGO:	Rentas mensuales o trimestrales.
TIPO DE MONEDA:	El financiamiento se puede obtener en moneda nacional o dólares estadounidenses.
TASA DE INTERES:	a) Operaciones en moneda nacional: Cetes x 1.5 para concesionarios. b) Operación en dólares: Libor+ 3
PERIODO DE GRACIA:	Hasta 12 meses.
GARANTIA:	El propio equipo y colateralmente aval, prenda o hipoteca (cada caso se verá en lo particular para este efecto).
GASTOS DE CONTRATACION:	Comisión de apertura, 1% del monto a financiar. GASTOS: \$ 500,000.00 ó medio millar en financiamientos superiores a 1,000 millones.
TRANITES A SEGUIR:	Requerir la solicitud a Arrendadora Internacional S.A. de C.V., Emerson No. 316, Col. Chapultepec Morales, México D.F., C.P. 11570. Teléfonos: 2 03 58 57, 5 31 65 93, 5 31 66 74, 2 50 38 33 y en Guadalajara, Monterrey, Tijuana, León, Ciudad Juárez, Torreón, Tampico, Querétaro y Puebla. Presentar fotocopia de la concesión, cotización del proveedor de los bienes o equipos que desean adquirir.
TIEMPO DE RESPUESTA:	Para la decisión del financiamiento de, una a dos semanas, a partir de la recuperación del expediente integrado y una semana adicional para la firma del contrato.
TERMINO PARA SOLICITAR EL FINANCIAMIENTO:	Seis meses a partir del 5 de octubre de 1990.

Fuente: Antena, No. 157, Diciembre-Enero de 1990-91, p. 24.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

de la inversión en equipo para radiodifusión. También aseguraron que los impuestos erogados por este fondo no serían financiados, por lo que el concesionario los tendría que pagar directamente.

Por lo que se refiere a la fabricación de radioreceptores que contemplaran la recepción de la señal de AM mejorada, la CIRT entabló conversaciones, en 1991, con la Asociación de Fabricantes de Receptores, para que en el lapso de ese año se fabricaran "un número importante de unidades con tres categorías de precios, la primera a precios accesibles del orden de los doce a los quince dólares que pueden ser promovidos directamente en las estaciones, ya sea a base de obsequios o bien vendiéndolos a precios de recuperación; otra categoría que sean receptores de mayor tamaño que contengan cassetteras y bocinas cuyo precio sea el equivalente de treinta a cincuenta dólares, para otra categoría de público y, finalmente los equipos más sofisticados que incluyan receptor, casetera, disco compacto y tornamensas que corresponderá a personas más exigentes. Este plan, de lograrse significará que cada año se puedan sustituir un promedio de cuatro millones de receptores que facilitarían la generalización de la escucha de las señales mejoradas de AM".⁸⁹

Sin embargo, no obstante estos acuerdos, al finalizar 1991 sólo tres estaciones de la ciudad de México transmi-

⁸⁹ Jaime Robledo Romero, "Mejoramiento de la AM a la fecha", en: Reunión Conjunta NAB-CIRT-CAB, Isla Victoria, BC, Canadá, 27 de agosto de 1991.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

tían en forma permanente con el sistema de AM Estéreo. En tanto, en 1992, la CIRT proyectaba que para 1993 esa cifra se elevaría a 50 emisoras.⁹⁰

Ahora bien, 1990 también trajo avances tecnológicos para la Frecuencia Modulada (FM).

En este año, la CIRT y la SCT firmaron un acuerdo mediante el cual se permitió a las emisoras de FM utilizar dentro del canal que tienen asignado, uno o varios *subcanales* llamados *subportadores múltiplex*, a través de los que es posible proporcionar -dado el ancho de banda de la FM- servicios de transmisión de datos a baja velocidad, correo electrónico o música ambiental, además de la difusión por radio.

A raíz de este acuerdo y en uso de ese permiso, nació en 1991 *MilTel XXI S.A. de C.V.*, de la asociación del grupo radiofónico Núcleo Radio Mil (NRM) y la empresa KB/TEL. MilTel XXI proporciona servicio de transmisión de datos punto-multipunto a diversos usuarios a través de la frecuencia 100.9 Mhz. que ocupa la emisora -del NRM- Rock 101. En 1992 la compañía contaba con cinco mil usuarios y había extendido su servicio al satélite Morelos. Sus ventas ascendían a los ocho mil millones de viejos pesos.⁹¹

1991. Los avances tecnológicos en la radiodifusión mexicana continuaron.

⁹⁰ Ibidem.

⁹¹ Mejía Berquera, Fernando, "Ecos del...", Op. cit., p. 12.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Durante ese año, mientras la CIRT y su presidente, Adrián Aguirre Gómez, se dedicaron a promover ante los concesionarios de todo el país la reforma estatutaria que permitiera incluir a los concesionarios de señales restringidas de radio y televisión como miembros de la CIRT, el Grupo JV Corporación -integrado por Frecuencia Modulada Mexicana, Stereo Rey, FM Globo, Telerey y Multivisión, entre otras empresas- inauguró la llegada de la radio digital a nuestro país.

En septiembre de 1991, desde la ciudad de México, la familia Vargas -propietarios de JV Corporación- puso en marcha las transmisiones de la empresa *Multiradio Digital (MRD)*.

El funcionamiento de Multiradio Digital se basa en la transmisión de señales restringidas que requieren del pago de una suscripción -de 390 nuevos pesos- y una renta mensual -de 49 nuevos pesos- para el alquiler del equipo y la recepción permanente de la señal. Al cubrir estos costos el radioescucha obtiene el servicio de 20 canales, instalados en la banda de Frecuencias Super Altas (SFH), de calidad digital -similar al sonido del disco compacto- los cuales transmiten música continua de diversos géneros durante las 24 horas del día, sin cortes comerciales ni locutores.

La programación de 16 de los 20 canales de este servicio es enviada desde Nueva York a través de un satélite doméstico estadounidense. Y la de los otros cua-

RADIO Y CAPACITACION, HOY

tro canales -correspondientes a la música folklórica, de baladas en español, boleros y nostalgia, y salsa- se produce y edita directamente en el Distrito Federal.

De acuerdo con datos proporcionados por sus directivos, en 1993 Multiradio Digital contaba con más de once mil suscriptores, tanto del área metropolitana de la ciudad de México y de Monterrey. Y ya existían planes para extender el servicio a todos los estados de la República.⁹²

Cabe mencionar que la instalación de este servicio de radio digital no sólo evidenció la falta de claridad que priva en el otorgamiento de concesiones de radio y televisión en nuestro país, sino también mostró el anacronismo -denunciado por diversos investigadores- del marco legislativo de los medios de difusión masiva. Un marco legal que además se caracteriza por las imprecisiones y ambigüedad de sus términos, lo cual, a su vez, lo ha hecho incapaz de establecer reglas claras, precisas y actuales para regular la instalación de nuevos servicios como el de la radio digital.

Producto de ambos factores fue el altercado entre el columnista del periódico *El Universal*, Angel Trinidad Ferreira, y el ex titular de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Andrés Caso Lombardo, acontecido en abril de 1991, luego de que la SCT otorgara

⁹² "Multiradio: sin anuncios ni locutores. Un cuadrante perfecto", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 25 de enero de 1993, p. 17.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

la concesión para explotar la radio digital en señal restringida, al grupo encabezado por los señores Joaquín Vargas Gómez y José Vargas Santamarina.⁹³

"Innovaciones como las redes de fibras ópticas, las redes digitales de servicios integrados, la T.V. de alta definición, la radio digital, la transmisión de sonido vía satélite y las microcomputadoras se consolidarán en esta década (1990) y serán la base de las telecomunicaciones del siglo XXI; sin embargo, su conversión en tecnología de uso cotidiano estará, seguramente, acompañada de una adecuación legislativa que afectará intereses diversos, formas de pensar, usos y costumbres y, sobre todo, generara una fuerte discusión acerca de las atribuciones del Estado en el campo de las telecomunicaciones".⁹⁴

Es decir, los cambios no han terminado. Más aún, el problema que surgió con la instalación de la empresa Multiradio Digital, fue sólo el principio. La década de los noventa impondrá nuevos retos para todos. Para los empresarios de radio y televisión. Para los miembros de las diferentes sociedades. Y para las entidades estatales,

93 Para obtener mayor información sobre el debate que originó el otorgamiento de la concesión de Multiradio Digital, ver: Gutiérrez Espíndola, José Luis, "Comunicación social en 1991: una retrospectiva crítica. Drásticas reestructuraciones, cambios y redefiniciones", en: Revista Mexicana de Comunicación, No. 21, México: enero-febrero de 1992; Mejía Barquera, Fernando, "Concesiones en litigio", en: El Nacional, Suplemento Política, México: 25 de abril de 1991; y Marín, Carlos, "Desde hace dos años la Contraloría investiga irregularidades en concesiones de radio", en: Proceso, No. 755, México: 22 de abril de 1991.

94 Mejía Barquera, Fernando, "...Y la radio digital llegó a México", en: Revista Mexicana de Comunicación, No. 18, México: julio-agosto de 1991, p. 19.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

quienes serán las encargadas de crear las condiciones legales para que las nuevas tecnologías se instalen plenamente.

1992. Este año atestiguó, en materia de avances tecnológicos, dos acontecimientos de importancia creciente: la reforma estatutaria de la CIRT, la cual abrió la posibilidad de afiliar, también, a las empresas concesionarias de señales restringidas de radio y televisión; y la asignación de frecuencias de los 1452 a los 1492 megahertz para la transmisión satelital, con el servicio terrestre complementario, dentro de la banda "L", de la Radiodifusión Sonora Digital -conocida por sus siglas en inglés como DAB: Digital Audio Broadcasting- en todo el continente Americano, como parte de los trabajos que se efectuaron en la Conferencia Administrativa Mundial de Radiocomunicaciones (CAMR-92), celebrada de febrero a marzo de 1992 en Málaga, Torremolinos, España.⁹⁵

En el primer caso, como un acto de sobrevivencia, la reforma estatutaria de la CIRT se llevó al cabo durante los trabajos de la XXXIV Semana Nacional de Radio y Televisión, en el pleno de la Asamblea General. A partir de dichas modificaciones se estableció que desde el 1º de

⁹⁵ En la misma conferencia los Estados Unidos obtuvieron el rango de los 2,310 a los 2,360 Mhz. en la banda "S" pero sólo para la transmisión de radio sonora digital via satélite, puesto que para la transmisión terrestre, éste país ha proyectado utilizar el sistema denominado "in band" "on channel", el cual consiste en usar el mismo espectro radioeléctrico de AM y FM a través de procedimientos de digitalización y compresión de señales, debido a que -según argumentaron sus representantes- la banda "L" está siendo ocupada por diversos servicios, incluidos los de seguridad nacional.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

septiembre de 1991, podían ingresar a la CIRT los concesionarios de los sistemas restringidos de radio y televisión, como Cablevisión, Multivisión y Multiradio Digital, empresas que no estaban contempladas -explicó Adrián Aguirre Gómez- antes de que concluyera su gestión -1990-92- al frente de la CIRT.⁹⁶

Por lo que respecta al desarrollo de la DAB, es preciso señalar que esta novedosa tecnología fue desarrollada por 18 empresas de Alemania, Francia, Inglaterra y Holanda, a través de un proyecto denominado *Eureka 147*; fue presentada en 1988 en Ginebra, Suiza; y, de acuerdo con afirmaciones de los expertos, es la tecnología más avanzada en el ámbito de la radiodifusión digital.

Técnicamente la DAB es un sistema de radio digital planeado para prestar un servicio abierto -opuesto a la señal restringida de Multiradio Digital- de alta calidad, con las siguientes características:

1. Posee calidad de sonido equivalente al disco compacto o grabadoras de audio digital (DAT), superior a la actual radiodifusión de AM y FM.
2. Elimina la atenuación -deterioro- de la señal que es provocada por el fenómeno de multitrayectoria (multipath).

⁹⁶ Esto a pesar de que ya existe una organización industrial que agrupa a empresas que ofrecen señales restringidas al público: la Cámara Nacional de la Industria de la Televisión por Cable (CANITEC).

RADIO Y CAPACITACION, HOY

3. Permite utilizar nuevos receptores *inteligentes*, capaces de recibir las señales de AM, FM y DAB, los cuales están dotados de una pantalla de cristal líquido a través del cual el radioescucha podrá obtener desde información vial, hasta datos específicos sobre las melodías que está escuchando.
4. Facilita el uso de rellenadores de sombra mediante costos muy reducidos y equipos muy sofisticados, para cubrir cualquier zona o área que el concesionario desee.
5. Puede operar con receptores fijos y en movimiento (automóviles), con velocidades de hasta 150 kilómetros por hora, tal como lo permite la radiodifusión actual.
6. Eficientiza el uso del espectro electrónico utilizando la digitalización, la compresión y la modulación ortogonal. Se asegura, incluso, que este sistema es aproximadamente cuatro veces más eficiente con respecto al espectro de la frecuencia modulada.
7. Logra operaciones muy económicas a base de transmisores de banda ancha, con los que puede manejar hasta seis señales diferentes.
8. Utiliza antenas muy pequeñas -de hasta 20 centímetros- de alta ganancia y potencias reducidas -desde 1000 watts- en los transmisores.
9. Y puede manejar, adicionalmente, un canal para un sis-

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

tema de gane, capaz de detectar y corregir los errores de transmisión.⁹⁷

En México, la introducción de este sistema de radiodifusión ha quedado en manos, principalmente, de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT).

Ante la amenaza de ser desplazada, junto con sus socios, la CIRT fue la que definió la posición mexicana ante el desarrollo y uso de esta nueva tecnología en las reuniones de 1990 y 1991, que sostuvo con la NAB estadounidense, la CAB canadiense y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes de México, en tres puntos concretos:

1. Que la asignación de la banda no sea tan sólo para transmisiones por satélite y que se incluya con igual importancia la Radiodifusión Sonora Digital (DAB) terrestre.
2. Que México tenga igual ubicación y cantidad de espectro, con el mismo standard técnico y en los mismos tiempos que los demás países de la zona económica de norteamérica, Estados Unidos y Canadá.
3. Que en virtud de que la DAB no es más que la evolución natural de la radiodifusión tradicional, AM y FM, se otor-

⁹⁷ Ing. Jaime Robledo Romero, "Qué es el sistema de Radiodifusión Sonora Digital", en: II Seminario de Radio y Televisión, Comisión Juvenil de la CIRT, 23 de marzo de 1993.

RADIO Y CAPACITACION. HOY

que un canal de DAB a cada radiodifusora en el país.⁹⁸

Así pues, fue la misma CIRT quien en 1992 firmó convenios con el SCT para desarrollar un amplio programa, tendiente a impulsar el desarrollo del DAB en México, conjuntamente con la Asociación Canadiense de Radiodifusores y el consorcio europeo Eureka 147. Este programa incluyó la creación de una sociedad anónima, denominada DABAMEX S. A. -integrada por radiodifusores mexicanos- cuyo fin es apoyar el establecimiento de la DAB en nuestro país y estimular la investigación tecnológica para los sistemas de radiodifusión.

Asimismo, ha sido la CIRT quien ha negociado con la SCT la liberación de la banda "L" -la banda asignada en CAMR-92 para instalar la DAB en América- la cual actualmente está siendo ocupada por cuatro empresas mexicanas que ofrecen 3,000 servicios: Teléfonos de México, Comisión Federal de Electricidad, Petróleos Mexicanos y Ferrocarriles Nacionales. El plan negociado en 1992, establece que esos 3,000 servicios van a trasladarse a otra banda de manera paulatina, hasta dejar totalmente desocupada la banda "L" en el año 2007, fecha en que entrarán en vigor los acuerdos de CAMR-92.

También, ha sido la CIRT, con el fin de que sus agremiados sean los concesionarios de las nuevas frecuencias de radio digital, la que ha instado a sus

⁹⁸ Aguirre Gómez, Carlos, "Transmisión de audio digital", en: Reunión Conjunta NAB-CIRT-CAB, Isla Victoria, BC, Canadá, 27 de agosto de 1991.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

miembros a que vayan cambiando a la brevedad posible sus equipos e instalaciones -por sistemas estéreo o digital- a fin de modernizarlas y de que la nueva tecnología no los rebase cuando se comercialice en México, lo que probablemente ocurrirá a finales de esta década.⁹⁹

Y además, ha sido la propia CIRT quien organizó las primeras pruebas de DAB de México y Latinoamérica, en abril-mayo de 1993, "con el objetivo de que funcionarios, radiodifusores, ingenieros, y técnicos en radiodifusión evaluaran en la práctica el comportamiento del sistema desarrollado por el consorcio Eureka 147 dentro de la banda "L" en el segmento comprendido de 1452 a 1492 Mhz."¹⁰⁰

La prueba duró una semana y estuvo dividida en dos partes:

1ª Parte teórica: Seminario sobre DAB y nuevas tecnologías, al que asistieron entre 50 y 60 delegados de la Conferencia Interamericana de Telecomunicaciones (CITEL), filial de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).

⁹⁹ Al respecto, cabe mencionar que varios grupos radiofónicos de la ciudad de México ya transmitan con sistemas digitales -disco compacto y grabadora de audio digital (DAT)- como es el caso de FM Globo, Organización Radio Centro y Televisa Radio (Radiópolis), ésta última, además, en 1992 estrenó nuevas instalaciones en Tlalpan 3000, donde se ubican: una construcción de dos mil metros cuadrados, tres estudios de grabación, una área de doblaje, otra de post-producción y las cabinas de transmisión.

¹⁰⁰ "Pruebas del DAB en la banda "L" de la Ciudad de México", en: Antena, No. 168, CIRT, México: mayo de 1993, p. 2.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

2ª Parte práctica: Prueba de campo que contempló la instalación, en el cerro del Chiquihuite, de una planta transmisora del sistema DAB operando en la frecuencia de 1468.75 Mhz. de la banda "L" -con 200 watts de potencia- la cual transmitió la programación simultánea de la emisora de XERC-FM, Estéreo 97.7, ubicada en los 97.7 Mhz, que opera en el área metropolitana de la ciudad de México.

El receptor fue instalado a bordo de un autobús -con capacidad para 35 personas- que efectuó tres recorridos diarios (mañana, mediodía y tarde) por zonas de difícil recepción -avenidas con tráfico, puentes y rodeadas de edificios- en los cinco días de la reunión.

"Los resultados preliminares prevén que dicho sistema será calificado como un logro de la tecnología moderna, sin embargo, tanto la SCT como la CIRT en un gran esfuerzo conjunto buscan que los diferentes sectores conozcan las características de las nuevas tecnologías para que en su momento, el Gobierno y la Industria adopten los sistemas acordes con las necesidades de México", aseguraron directivos de la CIRT al finalizar las pruebas.

1993. Como año antecesor a la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre México, Estados Unidos y Canadá, 1993 fue el lapso en el que se registraron diversas acciones de actualización y modernización tecnológica de la radiodifusión en particular y de las telecomunicaciones en general.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Al respecto, el investigador Fernando Mejía Barquera enumeró las normas técnicas de radio y televisión actualizadas por la SCT -en coparticipación con la CIRT y la CANITEC- en 1993, las cuales fueron publicadas en el *Diario Oficial* en noviembre de ese mismo año:

1. 10 de noviembre. Publicación de las nuevas "Normas Técnicas para la instalación y operación de estaciones de radiodifusión sonora en amplitud". En este documento, se incluyen las normas técnicas que también se requieren para transmitir en AM estéreo.
2. 11 de noviembre. Aparecieron en el *Diario Oficial* las nuevas normas para la instalación y operación de las emisoras de radio ubicadas en la banda de Frecuencia Modulada. Estas normas incluyen las disposiciones correspondientes para el uso comercial de las suportadoras múltiplex.
3. 15 de noviembre. Nuevas normas técnicas para la instalación y operación de estaciones de televisión en las bandas VHF y UHF.
4. 17 de noviembre. Actualización de las normas técnicas para la instalación y operación de los sistemas de televisión por cable.¹⁰¹

Finalmente, el gobierno salinista concluyó este año reforzando la infraestructura telecomunicativa del país,

¹⁰¹ Mejía Barquera, Fernando, "Ecos del...", Op. cit.

RADIO Y CAPACITACION. HOY

al poner en órbita -el 19 de noviembre de 1993- al primero de los dos satélites que integrarán el nuevo sistema satelital mexicano, denominado *Solidaridad*, el cual reemplazará al sistema *Morelos*.

Para beneficio de sus usuarios, el sistema *Solidaridad* posee ventajosas diferencias en comparación con el sistema satelital que lo antecedió. Entre ellas, podemos destacar las siguientes:

1. Años de vida útil:

- a) *Morelos*: 9 años
- b) *Solidaridad*: 14 años

2. Area de cobertura:

- a) *Morelos*: nacional
- b) *Solidaridad*: regional, incluyendo localidades de los Estados Unidos, el Caribe, Centro y Sudamérica.

3. Bandas de transmisión:

- a) *Morelos*: C y Ku
- b) *Solidaridad*: C, Ku y L

Gracias a estas características, los satélites *Solidaridad*¹⁰² podrán ofrecer servicios que no podían proporcionarse con los *Morelos*, tales como transmisiones en vehículos en movimiento, tanto terrestres como aéreos y marítimos, así como la instalación del servicio de Radiodifusión Sonora Digital por microondas.

Todo ello, como parte de la integración de México a la globalización mundial y a los bloques comerciales, en

¹⁰² El segundo satélite *Solidaridad* será puesto en órbita a lo largo de 1994, cuando expire la vida útil del *Morelos II*.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

donde las telecomunicaciones han sido las primeras en derribar los muros y las barreras entre las naciones.

3. FUSIONES COMERCIALES.

Los vientos del cambio que llegaron con la última década de este siglo, no sólo introdujeron modificaciones en el perfil programático y la estructura tecnológica de la radio mexicana. También la organización administrativa de las empresas radiofónicas sufrió transformaciones.

Inmersas en las reglas de una economía en proceso de apertura, desde 1992 la radiodifusión nacional empezó a mostrar claras tendencias hacia la concentración de capital en cada vez menos manos; hacia la fusión de empresas, sobre todo, en materia de comercialización, como una estrategia de sobrevivencia dentro de un mercado cada vez más competido en la asignación de los recursos publicitarios.

Así lo han reconocido los mismos directivos comerciales de los grupos radiofónicos:

"La tendencia en México hacia la globalización tiene que llevar a adoptar conductas que hoy son muy importantes, porque nos vamos a enfrentar a un mercado mucho más agresivo, con o sin Tratado de Libre Comercio": Adrián Vargas, director comercial del grupo Frecuencia Modulada Mexicana.¹⁰³

¹⁰³ "Fusiones en el cuadrante: estrategia comercial. Conversación con Adrián Vargas y José Antonio Navarro", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 25 de octubre de 1993, p. 17.

RADIO Y CAPACITACION. HOY

"La radio necesita estar en constante movimiento. Las fusiones están encaminadas a buscar mayor profesionalismo, calidad y poder de negociación. A través de ellas se busca la creación de grupos fuertes que presenten más opciones a los anunciantes": José Antonio Navarro, director comercial corporativo del grupo RASA.¹⁰⁴

En este sentido, es menester aclarar que en el funcionamiento de la radio concesionada existen dos tipos de empresas: las emisoras y las comercializadoras. Las primeras son las que diseñan y producen una programación y la envían al aire para que pueda ser captada por el auditorio. Las segundas se encargan de comercializar y promocionar esa programación ante anunciantes y publicistas.

Puede darse el caso de que ambos tipos de empresas sean propiedad de un mismo dueño o no. En esto no hay reglas establecidas.

Lo que sí es un hecho es que los diversos grupos comerciales continúan trabajando para afiliar a cuanta estación independiente encuentran en su camino, con el fin de ofrecer "al anunciante diferentes perfiles de estaciones en un solo paquete, (así éste) realiza una compra mucho más atractiva, eficaz e interesante, debido a que tiene la alternativa de negociar, a través de distintas emisoras y programas, que ofrecen un mayor rango de auditorio, cuantitativa y cualitativamente hablando".¹⁰⁵

¹⁰⁴ Ibidem.

¹⁰⁵ Ibidem.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Al finalizar 1993 sólo nueve radiodifusoras comerciales, de un total de 1017, permanecían con el carácter de "independiente", sin afiliarse a ninguno de los 27 grupos comerciales del país. (Ver Cuadro 7)

El resto aseguraba su publicidad -entiéndase ganancias- a través de los contratos comerciales que mantenía con las cadenas y grupos comerciales, los cuales, por su cobertura, se pueden clasificar en:

1. **Locales:** grupos comerciales que agrupan emisoras de una sola entidad estatal, como Grupo Radio Alegría y Grupo Radio Centro de Monterrey, cuyo ámbito de acción se circunscribe al estado de Nuevo León.
2. **Regionales:** cadenas y grupos integrados por las estaciones de varios estados que conforman una región, como el grupo Multimedios Estrellas de Oro, en el norte, y Corporación Mexicana de Radiodifusión S. A., en el centro y oriente del país.
3. **Nacionales:** grupos que representan comercialmente a radiodifusoras de todo el país. Tal es el caso de Radiorama S. A. -con el mayor número de emisoras afiliadas-, Crystal-Cima-Somer y Grupo ACIR (Asociación de Concesionarios Independientes de Radio) Nacional con 150, 109 y 104 estaciones afiliadas, respectivamente.

Muchos grupos, sin embargo, son potencialmente poco competitivos debido al bajo número de emisoras que agrupan.

CUADRO No. 7

CADENAS Y GRUPOS COMERCIALES DE ESTACIONES RADIOFONICAS EN MEXICO			
	AM	FM	TOTAL
Radiorama S.A.	113	37	150
Crystal-Cima-Somer	58	51	109
ACIR/ACIR Nacional	71	33	104
Radiodifusores Asociados de Innovación y Organización S.A. de C.V. (RADIOISA)	76	28	104
Organización Impulsora de Radio S.A. (OIR)	77	13	90
Radiodifusoras Asociadas S.A. (RASA)	73	7	80
Promosat de México (Grupo PROMOMEDIOS)	32	15	47
Frecuencia Modulada Mexicana S.A.	4	38	42
Firme S.A. (FIRMESA)	33	4	37
Profesionales en Radiodifusión S.A. (PRADSA)	23	14	37
Multimedios Estrellas de Oro S.A.	11	24	35
Corporación Mexicana de Radiodifusión S.A. (CMR)	23	6	31
RECISA	19	5	24
Radio Cadena Nacional (RCN)	15	4	19
Instituto Mexicano de la Radio (IMER)	9	5	14
Televisa-Sistema Radiópolis S.A.	9	5	14
Organización Radiofónica de México	12	0	12
Difusoras Unidas Independientes S.A. (DIFUSA)	9	2	11
Organización Radio Centro (ORC)	6	4	10
Grupo Radio Alegría	6	3	9
Promotora de Radio S.A.	5	2	7
Organización Radio Fórmula	3	2	5
Grupo Radio Centro de Monterrey	3	2	5
Agentes de Radio y TV S.A. (ARTSA)	0	3	3
Eduardo Yniesta Publicidad	3	0	3
Radio Ventas de Provincia S.A (RAVEPSA)	2	1	3
Radio Programas de México (RPM)	1	2	3
Otras (independientes)	8	1	9

Fuente: Medios audiovisuales, tarifas y datos, Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V., diciembre de 1993.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En este caso, la real competencia por los mercados publicitarios se ha establecido entre tan sólo seis grandes grupos comerciales: Radiorama S. A., Crystal-Cima-Somer, RADIO S. A., Organización Impulsora de Radio (OIR) y Radiodifusoras Asociadas S. A. (RASA), los cuales agrupan a más del 60% del total de las radiodifusoras del país, a las que les proporcionan desde servicios de asesoría técnica, de ventas y promocional, incluyendo, en ocasiones, estudios de mercado y producciones de gran impacto.

En este marco de altos niveles de competencia y concentración de capitales, se originaron las fusiones comerciales que a continuación revisaremos, como una tendencia que fortalece los principios del mercado en tiempos del neoliberalismo.

A) Creaciones, fusiones y ventas.

El 18 de diciembre de 1992, diez empresas radiofónicas independientes -entre ellas, la emisora capitalina Radio Chapultepec de Oscar Obregón- se unieron para crear el grupo *Promosat S. A.* (Promoción por satélite), con sede en Guadalajara, que transmite cada hora por el satélite Morelos II, música e información local y nacional a todo el país, parte de los Estados Unidos y algunos países de Europa. La programación está integrada con segmentos de cada emisora asociada, las

RADIO Y CAPACITACION, HOY

cuales conservan la autonomía de su funcionamiento y de su problemática interna.¹⁰⁶

Por su parte, los grupos radiofónicos Crystal-Cima (Grupo Siete), encabezado por Francisco Javier Sánchez Campuzano, y Somer (Sociedad Mexicana de Radio), propiedad de Edilberto Huesca Perrotín, firmaron -en marzo de 1993- un convenio que los integra en una misma corporación comercial, la cual desde ese momento contó con una cobertura de 109 emisoras en todo el país. Somer es propietario de 33 de esas emisoras. Y Crystal-Cima del resto de ellas, además de que posee las revistas *Playboy*, en su versión mexicana, y *Hoy*, dos canales de televisión en Tamaulipas y dos salas de arte: una en Nueva York y otra en Polanco.

También en marzo de ese año, los señores Joaquín Vargas, presidente del grupo Frecuencia Modulada Mexicana, y José Luis Fernández, dueño de la empresa Imagen Comunicación en Radio, anunciaron la unión comercial de sus grupos radiofónicos. El resultado de esta fusión -planeada desde 1992- fue la comercialización conjunta de los espacios publicitarios de las emisoras que estos grupos controlan en el Distrito Federal: FM Globo 105, Stereo Rey, Pulsar FM, Radioactivo 98 1/2, Rock and Radio y XELA, con las que trataron de abarcar todos los formatos que actualmente existen en la radio.

¹⁰⁶ "Ante el TLC se organizan radiodifusores. Conversación con Oscar Obregón", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 8 de marzo de 1993, p. 17.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Según el directivo de Frecuencia Modulada Mexicana, Adrián Vargas, esta alianza llevará en el futuro el nombre de Grupo Multi Radio y probablemente se incorporará a ella, Multivisión, empresa de la misma familia Vargas, con el fin de ofrecer al anunciante una opción publicitaria que incluya radio y televisión.¹⁰⁷

En septiembre del mismo año, tocó el turno a los directivos del Núcleo Radio Mil (NRM), encabezados por Guillermo Salas Peiró, y Agentes de Radio y Televisión (ARTSA), propiedad de las señoras Adriana y Cecilia Díaz Romo, quienes confirmaron la suma de sus señales y auditorio potencial para ofrecerlos en paquete a sus clientes. Este paquete incluye la comercialización conjunta de diez señales: Radio Sinfonía, Radio Onda, Dimensión 1380, Radio Mil, X-press radio, Rock 101 y Estéreo Mil, del NRM, y Azul 89, Digital 99 y Amor 106 de ARTSA, con las cuales se pretende cubrir todas las preferencias de programas noticiosos e interés general, todos los gustos musicales, todos los niveles socioeconómicos y todas las edades del vasto auditorio metropolitano.

Asimismo, se informó que tanto el NRM como ARTSA mantendrán su autonomía administrativa y de producción, ya que la unión sólo considera la venta conjunta de tiempos publicitarios.¹⁰⁸

¹⁰⁷ "Fusiones en el cuadrante...", Op. cit.

¹⁰⁸ "La radio y la TV ante el TLC o los medios ante la modernidad. Sesiones de estudio de radiodifusores ante el Tratado", en: El Universal Gráfico, Sección de Espectáculos, México: 28 de septiembre de 1993, p. 8.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

De igual forma, en 1993, la familia Blanco, propietaria de la radiodifusora capitalina Radio 6.20, que por años se había mantenido independiente, encargó su administración y operación al grupo Radiodifusoras Asociadas S. A. (RASA) debido a que "la familia Blanco ya no contaba con el tiempo necesario, y gracias al prestigio que tiene RASA y a la relación de amistad con la familia Laris -propietaria de RASA- se dio la oportunidad de que RASA administrara a Radio 6.20. Para nosotros significa un reto muy importante", afirmó José Antonio Navarro, directivo comercial de RASA.

Por último, el año de 1993 registró la operación de compra-venta de las seis estaciones que ARTSA controlaba en Jalisco -XEBA, La Consentida; XEBA-FM, Ke Buena; XEHL, La Poderosa; XEHL-FM, Sonido 103; XELT, La Deportiva, y XEZZ, Radio Gallito- por parte del Grupo Televisa Radio. Con esta operación, aumentó a doce el número de radiodifusoras de Televisa en el país.¹⁰⁹

¹⁰⁹ Mejía Barquera, Fernando, "Ecos del...", Op. cit., p. 15.

3. ESTADO ACTUAL DE LA CAPACITACION RADIOFONICA

Ante las exigencias planteadas por las transformaciones mundiales al iniciar la presente década, los industriales de la radiodifusión mexicana se vieron obligados a introducir cambios -en algunos casos poco convincentes- en la programación, la tecnología y la estructura comercial de sus empresas, los cuales fueron reseñados en el apartado anterior.

Sin embargo, poco o casi nada se hizo en cuanto a la profesionalización de quienes tienen en sus manos la responsabilidad -social y cultural- de la producción y la transmisión de los mensajes radiofónicos.

Esto, a pesar de las ventajas que conllevaría, para las empresas radiodifusoras y sus dueños, el contar con un personal -desde niveles directivos- más capacitado para desempeñar sus labores cotidianas.

Es decir, no sólo porque tener trabajadores creativos, preparados, capacitados, comprometidos y conscientes de su quehacer podría ayudar a elevar el contenido de las emisiones programáticas de las estaciones de radio, sino porque, además, en un mercado cada vez más abierto al comercio mundial y a la competencia, "el dinero irá a donde encuentre el mejor precio, el más imaginativo o el servicio más competitivo".¹¹⁰

¹¹⁰ Baena Paz, Guillermina, *Op. cit.*, p. 28.

3. ESTADO ACTUAL DE LA CAPACITACION RADIOFONICA

Ante las exigencias planteadas por las transformaciones mundiales al iniciar la presente década, los industriales de la radiodifusión mexicana se vieron obligados a introducir cambios -en algunos casos poco convincentes- en la programación, la tecnología y la estructura comercial de sus empresas, los cuales fueron reseñados en el apartado anterior.

Sin embargo, poco o casi nada se hizo en cuanto a la profesionalización de quienes tienen en sus manos la responsabilidad -social y cultural- de la producción y la transmisión de los mensajes radiofónicos.

Esto, a pesar de las ventajas que conllevaría, para las empresas radiodifusoras y sus dueños, el contar con un personal -desde niveles directivos- más capacitado para desempeñar sus labores cotidianas.

Es decir, no sólo porque tener trabajadores creativos, preparados, capacitados, comprometidos y conscientes de su quehacer podría ayudar a elevar el contenido de las emisiones programáticas de las estaciones de radio, sino porque, además, en un mercado cada vez más abierto al comercio mundial y a la competencia, "el dinero irá a donde encuentre el mejor precio, el más imaginativo o el servicio más competitivo".¹¹⁰

¹¹⁰ Baena Paz, Guillermina, Op. cit., p. 28.

FALTA PAGINA

No. 100 a la 101

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Este desinterés por los niveles de preparación de los trabajadores de la radio, es el resultado convergente del estancamiento de la propia industria radiofónica y la carencia, a nivel nacional, de una cultura de la capacitación, la cual en estos momentos debe ser concebida como el elemento que además de beneficiar a la clase trabajadora, al mismo tiempo, puede proporcionar utilidades y aumentar las ganancias del sector patronal. Es decir, debe ser concebida no como un gasto, sino como una inversión que podrá reportar más utilidades para todos.

A) LOS TRABAJADORES DE LA RADIO...

En 1990, la industria de radio y televisión proporcionó trabajo directo a 20 mil personas, aunque la cifra real fue mayor debido a que en ella no se consideraron a los empleados de las empresas comercializadoras y de servicios que para su funcionamiento dependen de estos medios de difusión.¹¹¹

De esos 20 mil puestos de trabajo, el 41.77%, aproximadamente, lo proporcionaron las emisoras de radio.

En tanto, las 58 radiodifusoras del Distrito Federal ofrecieron espacio para 600 trabajadores, el cual estaba

¹¹¹ Aguirre Gómez, Adrián, presidente de la CIRT, "Tratado de Libre Comercio", en: Reunión Conjunta NAB-CIRT-CAB, Isla Victoria, BC, Canadá, 27 de agosto de 1991.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

repartido entre locutores y operadores. Para una transmisión normal se estima como personal necesario a cerca de 15 personas por estación, exceptuando a aquellas que poseen un perfil de radio-hablada.¹¹²

En la industria de la radiodifusión -a diferencia de lo que ocurre en la televisión- la mayor parte de las relaciones de trabajo están reguladas, desde 1976, por el Contrato-Ley de la Industria de Radio y Televisión, ya que la mayoría de los empleados de las emisoras son de base y no eventuales.

A través del Contrato-Ley -cuya revisión, de acuerdo con la Ley Federal del Trabajo, ocurre cada dos años- los dueños de las radiodifusoras y los líderes de los dos sindicatos mayoritarios en la industria: STIRT en radio y SITATYR en televisión, "como representantes legítimos del interés profesional de los trabajadores"¹¹³, definieron las condiciones laborales que prevalecieron en la radio comercial durante los primeros años de 1990.

De observación obligatoria en todo el país, para to-

¹¹² Herrera Barrera, Claudia Josefina y Vázquez Muñoz, Heriberto, La radio dinámica en el cuadrante de la Ciudad de México. Escuela de Periodismo Carlos Septién García (EPCSG), México: 1990, p. 98.

¹¹³ Es necesario precisar que en el caso de la radiodifusión el sindicato mayoritario es el STIRT: en 1989, de las 868 radiodifusoras que existían en el país, el STIRT mantenía relaciones laborales con el 85.73% de ellas; el SITATYR con el 5.54%, y el resto del personal, el 8.73% de las emisoras, o bien pertenecían a otros sindicatos pequeños o no estaban afiliados a ninguna organización: Ortega Ramírez, Patricia, "Los trabajadores de la radio y la televisión en México", en: Instituciones y Prácticas Comunicativas, Carmen de la Peza y Beatriz Solís (Coords.). UAM-X, Departamento de Educación y Comunicación, México: 1990, p. 44.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

das las estaciones de radio y televisión que operan y en las que en lo futuro empiecen a funcionar, el Contrato-Ley clasifica en cuatro categorías a los trabajadores de la radio: de base o de planta; eventuales o transitorios; personal contratado por unidad de tiempo o por obra determinada y por empleados de confianza.

Y señala que todas las disposiciones y prestaciones incluidas en el mismo, sólo serán aplicables a los trabajadores de base o de planta que *sean miembros de alguno de los sindicatos titulares*¹¹⁴ de dicho contrato.

En este sentido, se considera como trabajadores de base al personal de las áreas administrativas, de producción, técnica y de servicios, entre los que se encuentran: locutores, relatores de noticias, reporteros, cronistas, narradores, animadores, operadores de consola, de grabadora y de planta transmisora, oficiales de mantenimiento, vigilantes de planta, veladores, programadores discotecarios, continuistas, oficinistas, telefonistas, recepcionistas, cobradores, misceláneos, mozos y secretarias.

114 Con respecto a este punto, el artículo 12 del Contrato-Ley establece la exclusividad de los sindicatos: "Sólo podrán trabajar al servicio de los patrones de los miembros activos del Sindicato y los que cuenten con permiso expreso de éste; en consecuencia, cuando el Patrón requiera los servicios de otros trabajadores deberá solicitarlos al Sindicato en la fuente de trabajo de que se trate y ésta se obliga a proporcionarlos en el término de tres días hábiles, pasado el cual, el Patrón podrá contratarlos libramente, siempre que soliciten su ingreso al Sindicato y sean aceptados por éste". Mientras, el artículo 53 del mismo documento señala que el patrón descontará al 12% del salario que perciban los trabajadores transitorios o eventuales por concepto de desplazamiento de trabajadores de base.

RADIO Y CAPACITACION. HOY

Para todos ellos, de acuerdo con el Contrato-Ley, desde 1976 se les solicitan los mismos requisitos para poder laborar en una emisora de radio:

1. Tener por lo menos, dieciséis años cumplidos;
2. Someterse a un examen médico y no padecer enfermedades o lesión que los incapacite para el desempeño normal del trabajo para el cual ha sido propuesto;
3. *Presentar certificado de instrucción primaria, cuando menos*¹¹⁵;
4. No haber sido separado de la misma Empresa o establecimiento.
5. En su caso, exhibir los certificados, permisos y otros documentos que exijan las leyes y reglamentos necesarios para la prestación del servicio;
6. Demostrar su capacidad y aptitud, en un término no mayor de treinta días.

Una vez cubiertos estos puntos, el trabajador de planta de las radiodifusoras concesionadas del país, tiene derecho a gozar de prestaciones sociales y personales, de una jornada de trabajo previamente establecida y de un salario base que varía de acuerdo con la zona económica en la que esté establecida su fuente de trabajo.

En términos de prestaciones sociales, la radio comercial ofrece a sus empleados de base: inscripción al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), cuyo pago in-

¹¹⁵ Mientras desde el inicio del presente sexenio se estableció como obligatoria la educación primaria y secundaria, en la industria radiofónica mexicana se mantuvo como exigencia para ingresar como trabajador, la instrucción primaria. El subrayado es mío.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

tegro corre a cargo de las empresas, y al Instituto del Fondo Nacional para la Vivienda de los Trabajadores (INFONAVIT), para el reparto de casas habitación; aguinaldo de 29 días de salario; reparto de utilidades; un periodo anual de vacaciones, desde 7 días laborables -según los años de servicio- percibiendo una prima equivalente al 90% en efectivo sobre los salarios correspondientes a cada puesto de trabajo; protección en caso de accidentes, enfermedades y riesgos de trabajo a través de la Comisión Permanente de Seguridad e Higiene, integrada por representantes sindicales y patronales; y jubilación, adicional a la que otorga el IMSS, al cumplir un mínimo de 10 años de antigüedad al servicio de la empresa radiofónica en la que se tenga la base. El monto de la pensión por jubilación, no excede al 20% del salario base mensual.

En cuanto a las prestaciones personales, la revisión obrero-patronal de 1992 del Contrato-Ley estableció en este rubro: 8 días de descanso obligatorio al año o pago del 100% extra del salario base en caso de que se laboren esos días; seguro de vida de 7 mil quinientos nuevos pesos en caso de muerte natural y de 15 mil nuevos pesos en caso de muerte accidental; prima de antigüedad de 12 días de salario por cuota diaria, por cada año de servicio; retiro voluntario de 14 días de salario por cuota diaria, por cada año de servicio; y un Fondo de Ahorro, integrado por un descuento del 13% del salario por cuota diaria de los empleados.

RADIO Y CAPACITACION. HOY

Por lo que respecta a la jornada laboral, en la primera parte del Contrato-Ley -"Disposiciones Generales"- se señala que ésta no deberá ser mayor de 40 horas a la semana. Sin embargo, en la segunda parte del mismo documento -"Disposiciones específicas aplicables a la radio"- se precisa que en el caso de los locutores, la jornada de trabajo será de 4 horas diarias y los operadores de consola laborarán 6 horas diarias; en ambos casos las jornadas abarcarán 6 días de la semana y podrán ser fraccionadas en dos turnos.

Y en cuanto a los salarios, a la remuneración monetaria que recibe un trabajador por la prestación de sus servicios, en la industria de la radio éstos son fijados y ajustados -como ya se señaló- por los sindicatos y los empresarios en cada revisión contractual.

Su monto no es fijo, varía de una región a otra porque se calcula sobre la base del salario mínimo de cada zona económica del país.

No obstante, para dar una idea de los niveles de vida a los que puede acceder quien labora en la radio, según datos proporcionados por el STIRT, un locutor del Distrito Federal obtiene, mensualmente, alrededor de 1,400 nuevos pesos; en tanto, los operadores de consola ganan, en ese mismo tiempo, aproximadamente, 900 nuevos pesos.¹¹⁶

¹¹⁶ Cifras proporcionadas por el señor Manuel Bonilla, miembro del STIRT, en entrevista realizada el 8 de diciembre de 1993, en las instalaciones de este sindicato.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

La asignación de estos montos -como se puede apreciar- se enmarca dentro de la problemática salarial que viven hoy los trabajadores de los medios de difusión masiva.

Problemática que al iniciar el sexenio salinista, fue retomada por la Asamblea de Representantes del Distrito Federal (ARDF) en un nuevo intento por reconocer a la actividad comunicativa como una profesión, y a quienes la ejercen, como profesionales cuyo trabajo debe ser reconocido a través de un estipendio que les permita vivir dignamente.

En ese mismo evento, periodistas ventilaron -a manera de ejemplo- las precarias condiciones remunerativas que también se viven en la prensa: "el salario y las prestaciones mensuales que percibe un reportero de una publicación preocupada por el pago a sus empleados, es de un millón doscientos mil pesos (mil doscientos nuevos pesos). Así, -enfaticaron- un reportero "bien pagado" percibe emolumentos que difícilmente aceptan ya las secretarías dactilógrafas"¹¹⁷.

Esto también lo ha reconocido Netzahualcóyotl de la Vega, líder del STIRT, senador priísta y miembro del Consejo Asesor, por el sector obrero, de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos

¹¹⁷ Delgado, René, "Parte de un todo más complejo", en: Foro sobre Salarios Mínimos para Periodistas. Asamblea de Representantes del Distrito Federal (ARDF), ciudad de México, 29 y 30 de mayo de 1990.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

y Canadá, al manifestar que "los problemas salariales son padecidos también por los trabajadores de esta industria. La falta de poder adquisitivo la hemos experimentado al igual que los empleados de cualquier sector. Estamos inmersos en el mismo problema económico que tiene el país en general. Sin embargo, la industria cuenta con un Contrato-Ley que garantiza apoyos que engrosan el poder adquisitivo del salario que, en ese sentido, ya no se limita a la cuota diaria".¹¹⁸

Esos apoyos a los que se refiere el líder del sindicato mayoritario de la radiodifusión, son: el pago de tiempo extra del 100%; prima dominical del 50% de la cuota diaria sindical; posibilidad de cubrir hasta dos puestos de trabajo en una misma empresa, con dos salarios diferentes; y el pago de controles remotos, los cuales se efectúan tomando como base tres veces el salario que percibe el personal que interviene en dicha transmisión, según el tabulador y el tiempo que ésta dure.

Sin embargo, ello no ha evitado que los trabajadores de esta industria obtuvieran a finales de 1991, salarios que estaban por debajo, incluso, de los percibidos por los trabajadores de la industria azucarera, el IMSS, la industria hotelera, la industria textil, de la construcción, Pemex y la industria huleira. (Ver Cuadro 8)

Tampoco ha impedido que los trabajadores de la radio

¹¹⁸ "Metamorfosis de la radio y la televisión mexicana. Entrevista con Netzahualcóyotl de la Vega", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 6 de abril de 1992, p. 17.

CUADRO No. 8

INGRESOS PROMEDIO EN ALGUNAS RAMAS DE ACTIVIDAD: AGOSTO 1991.	
	(veces el salario mínimo)
Radio y TV	1.17
Bancarios	3.00
Textiles	1.63
Industria huleira	1.88
Azucareros	1.30
IMSS	1.30
CFE	2.20
Pemex	1.80
Hoteles y restaurantes	1.50
Construcción	1.80
Telefonistas	4.90
Universitarios	5.20
Ejecutivos*	55.60
Diputados**	33.30*

* Promedio, directores de alto nivel
** 1992

Fuentes: STyPS, CTM, Banco de México, sindicatos, La Jornada y Revista Expansión. Tomado de Revista Expansión, No. 826, México: 13 de octubre de 1993, p. 78.

CUADRO No. 8

INGRESOS PROMEDIO EN ALGUNAS RAMAS DE ACTIVIDAD: AGOSTO 1991.	
(veces el salario mínimo)	
Radio y TV	1.17
Bancarios	3.00
Textiles	1.63
Industria huleira	1.88
Azucareros	1.30
IMSS	1.30
CFE	2.20
Pemex	1.80
Hoteles y restaurantes	1.50
Construcción	1.80
Telefonistas	4.90
Universitarios	5.20
Ejecutivos*	55.60
Diputados**	33.30*
* Promedio, directores de alto nivel	
** 1992	

Fuentes: STyPS, CTM, Banco de México, sindicatos, La Jornada y Revista Expansión. Tomado de Revista Expansión, No. 626, México: 13 de octubre de 1993, p. 78.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

comercial, preocupados por sus bajos salarios, se empleen en otras actividades complementarias¹¹⁹ o busquen cubrir otro turno en alguna otra emisora.

Ni ha detenido el desarrollo de actividades poco éticas entre quienes laboran en la radiodifusión. Tal es el caso de la práctica de la *payola* -análoga al *embute* en prensa- o lo que es lo mismo, "la compra de tiempos radiofónicos por parte de las casas disqueras, a través de programadores, locutores y operadores de radiodifusión, a quienes las empresas discográficas pagan *el favor* mediante dinero en efectivo, coches, casas, viajes, mujeres, vino y otros regalos"¹²⁰

Actualmente, la práctica de la *payola* -aseguran quienes han profundizado en el tema- sigue su auge en estaciones que transmiten baladas, música ranchera, tropical y grupera, y "más recientemente, a través de las presentaciones personales, que también, están a la orden del día en varias emisoras del cuadrante. Ahora los programadores se arreglan directamente con los cantantes y grupos, y empiezan a marginar la participación de las disqueras"¹²¹

119 Por lo que respecta a los locutores, son conocidos los casos de quienes se emplean, al mismo tiempo, en empresas publicitarias para grabar anuncios comerciales de determinados productos o servicios. Otros más se dedican, por ejemplo, a dar clases de locución a pasantes de comunicación y a aficionados de la locución.

120 "La *payola*: el lado oscuro de las estrellas. Reportaje", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 7 de diciembre de 1992, p. 17.

121 *Ibidem*.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Y no ha soslayado, también, la proliferación de vicios y actitudes conformistas de los mismos trabajadores, quienes han llegado a afirmar que no se les puede exigir mayor preparación y calidad en su trabajo, mientras no se mejoren, primero, sus salarios.

"Si yo hubiera estudiado, no estaría aquí", comentó Jesús Hernández Sierra, locutor de Organización Radio Centro y de Grupo Radiópolis.

B) ... Y LA CAPACITACION.

En México el tema de la capacitación no es nuevo. Nació como un derecho de la clase obrera -opuesta y enfrentada por años a la clase patronal- y fue recogida por vez primera por la Ley Federal del Trabajo y, más tarde, por el artículo 123 de la Constitución, como un estatuto proteccionista y reivindicador del trabajador, de lo cual hablaremos más adelante, en el capítulo cuarto, cuando se describa el marco legal de la capacitación.

Y ha intentado crecer como un complemento de la educación formal -aquella que discurre mediante ciclos que van de la educación básica a la superior-; como la educación no formal encargada de corregir los rezagos inevitables de la formal y de atender las necesidades específicas de calificación y actualización permanente, que no siempre son previsibles ni susceptibles de ser sa-

RADIO Y CAPACITACION. HOY

tisfechas por un sistema formal de educación.¹²²

Sin embargo, este crecimiento no ha sido del todo alentador.

En primer término por los rezagos con los que arribó a la última década del siglo XX la educación formal en nuestro país:

- 4.2 millones de personas mayores de 15 años, analfabetas.
- 20.2 millones de adultos, aproximadamente, que no han concluido la primaria.
- 16 millones más, que no han terminado la secundaria.
- Sólo el 54% de los 14.6 millones de alumnos que ingresan al nivel básico -primaria- concluye sus estudios.
- Se advierten disparidades de hasta 4 años en los promedios de escolaridad de la población rural, en comparación con la urbana.
- De la población urbana de 12 años y más, sólo el 10.7% ha realizado estudios profesionales y poco menos del 1% ha llegado al nivel profesional medio y el 3% ha egresado de cursos de capacitación para el trabajo, lo cual significa que sólo el 15% de los habitantes urbanos mayores de 12 años posee niveles de educación orientada a su inserción en el mercado laboral.
- El promedio de escolaridad en México sigue siendo bajo no sólo en relación con los países desarrollados, sino, incluso, también, en comparación con las naciones en pro-

¹²² Trejo, Guillermo, et. al., Educación para una economía competitiva. Hacia una estrategia de reforma. Ed. Diana-CIDAC, México: 1991, p. 131.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

ceso intermedio de desarrollo, como Corea del Sur, país cuyo promedio de escolaridad es superior al de la secundaria.

- En materia de formación tecnológica, México cuenta, en la actualidad, con 13 ingenieros por cada 10 mil habitantes, contra 595 en Japón, 139 en los Estados Unidos y 24 en Corea del Sur.

- En tanto, el 36% del total de los profesionales medios y superiores del país se encuentran inactivos, en razón de un perfil profesional poco orientado a las necesidades de la demanda de recursos humanos del aparato productivo.¹²³

Y también por los vicios y limitaciones, heredados de sexenios anteriores, que se han originado dentro de los mismos sistemas de capacitación, los cuales hasta ahora han impedido el desarrollo de todo su potencial en la formación permanente de los recursos humanos.

"Los servicios que se imparten en la actualidad, a través de una amplia red de instituciones muy heterogéneas de carácter público y privado dentro del sistema educativo -capacitación para el trabajo-, o los que se ofrecen en el interior de la empresa -capacitación en el trabajo-, si bien han mostrado una expansión considerable en la última década, tienen aún un enfoque limitado"¹²⁴

Por lo que respecta a su cobertura, "se estima que

¹²³ "Programa Nacional de Capacitación y Productividad 1991-1994", en: Diario Oficial, México: 20 de junio de 1991, pp. 15 y 16.

¹²⁴ *Ibidem.*, p. 16

RADIO Y CAPACITACION, HOY

solamente un 30% de la fuerza de trabajo que se incorpora anualmente (un millón de personas) a la actividad productiva ha tenido una formación terminal o ha egresado de cursos de capacitación para el trabajo. Entre la población ya ocupada, la proporción de capacitación sigue siendo también baja"¹²⁵

Hasta ahora, en México se ha aceptado el deslinde entre la capacitación para el trabajo y la capacitación en el trabajo. La primera compete particularmente a la Secretaría de Educación Pública (SEP) y la segunda, es supervisada por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), en contacto con empresarios y trabajadores.

La capacitación para el trabajo puede dividirse en dos tipos: la escolarizada y la no escolarizada.

La escolarizada se imparte en más de tres mil centros educativos, de los cuales alrededor de 650 son financiados por el Estado o por los gobiernos de los estados, y el resto por capitales privados y, en menor medida, por agrupaciones sociales autónomas.

Su propósito es "el de orientar a los trabajadores en la continuación de sus estudios hacia niveles superiores de formación, en los que pueden optar por algunas de las salidas terminales que el sistema ofrece"¹²⁶

¹²⁵ Ibidem.

¹²⁶ Trejo, Guillermo, Op. cit., p. 144.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

A través de ella se capacitan alumnos desde el nivel básico en los Centros de Capacitación (CECAPS) y los Centros de Enseñanza Ocupacional (CEOS); medio básico o secundaria técnica en actividades industriales, agropecuarias, pesqueras o forestales; medio superior, bachillerato bivalente, terminal o propedéutico, en los Centros de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECyT), los Centros de Estudios Tecnológicos, Industriales y de Servicios (CETIS), los Centros de Bachillerato Tecnológico, Industrial y de Servicios (CBTIS), los Centros de Enseñanza Técnica (CET) y el Colegio Nacional de Educación Profesional (CONALEP).

Cabe mencionar que en estos centros, en 1988, se formaron 185 mil alumnos, los cuales concentraron su matrícula en sólo diez especialidades: confección de ropa (18%), mecánica automotriz (15%), secretarial (14%), electricidad (12%), máquinas-herramientas (10%), servicios de belleza (9%), electrónica (7%), pailería y soldadura (6%), dibujo (5%) y carpintería (4%). En general, el 75% de la matrícula corresponde a especialidades técnicas y el otro 25% a especialidades relacionadas con la capacitación administrativa y secretarial.¹²⁷

Sin embargo, el problema de deserción sigue siendo considerable: "sólo el 51% de los que ingresan al ciclo básico concluye los estudios. En el nivel medio esta proporción es de casi el 40%"¹²⁸. Esta situación, señalan

¹²⁷ Programa Nacional de..., Op. cit., p. 25.

¹²⁸ Trejo, Guillermo, op. cit., p. 145.

RADIO Y CAPACITACION. HOY

los especialistas del Centro de Investigación para el Desarrollo A.C. (CIDAC), se explica por el origen socio-económico de los alumnos y por la falta de estímulos para disminuir la apremiante necesidad de los mismos por trabajar y obtener un ingreso económico.

Asimismo, existe la capacitación para el trabajo no escolarizada. Esta es de corta duración y se realiza en diferentes organizaciones, como el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), el Sistema Integral para el Desarrollo de la Familia (DIF), el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA), la Secretaría de Pesca y el Servicio Nacional de Empleo (SNE), órgano de la Secretaría del Trabajo encargado de otorgar becas para la capacitación de los trabajadores.

Por lo que se refiere a la capacitación en el trabajo, en los centros de labores y empresas, su objetivo -según información de la misma Secretaría del Trabajo- "es el de ofrecer un instrumento de ajuste para adecuar a los trabajadores a las condiciones del puesto y el sitio de trabajo"¹²⁹

Su desarrollo se puede verificar en tres ámbitos: las comisiones mixtas de capacitación y adiestramiento, los planes y programas de capacitación y los agentes formales de entrenamiento.

¹²⁹ Ibidem., p. 146.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Sobre tal desarrollo, hasta 1990 se habían registrado más de 86 mil comisiones mixtas, que abarcaban al 63% de los trabajadores en el país, principalmente los de las grandes empresas vinculadas con las ramas extractivas, de transformación y comercio. Los planes y programas de capacitación superaban el registro de los 50 mil, nuevamente de empresas grandes, beneficiando a más de tres mil empleados. En cuanto a los agentes de entrenamiento, aún dentro de la misma Secretaría del Trabajo, a pesar de que por ley toda persona física o moral dedicada a la tarea de entrenar y capacitar recursos humanos debe registrarse en dicha dependencia, no se disponía de información confiable al respecto.

Dentro de este mismo marco, es relevante señalar, además, que de acuerdo con los resultados arrojados por una investigación sobre el desarrollo de la capacitación en 248 empresas y 50 instituciones capacitadoras en México, realizada en 1986, en la mayor parte de las empresas la principal razón para proporcionar capacitación a sus trabajadores se basaba más en la necesidad de cumplir con la obligación legal, que como parte de la estrategia para mejorar la productividad de la misma empresa. De hecho, -revela esta investigación- no existía relación alguna entre la capacitación que esas empresas impartían a sus empleados y los objetivos de la propia organización.¹³⁰

¹³⁰ Galicia Arias, F. y Heredia Espinosa, V., (Coords.) Tercera investigación sobre el estado actual de la capacitación en 248 organizaciones y 50 instituciones capacitadoras del D.F., zona metropolitana y entidades federativas. Asesoría y Administración Aplicadas S.A., México: 1986. Cit. por Trejo, Guillermo, Op. cit., pp. 148 y 149.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

Es decir, mientras en el contexto de las transformaciones mundiales la capacidad de asimilación y de adaptación del trabajador surgía como una necesidad frente a la formación de ocupaciones profesionales rígidas, susceptibles de caer en obsolescencia; la especialización en las tareas fraccionarias estaba dando paso a nuevos esquemas de organización que exigían al trabajador una participación más amplia en los procesos productivos y una mayor capacidad de decisión; y la mano de obra barata dejaba de ser una ventaja comparativa en el marco de la competitividad, la cual se asociaba, cada vez más a los conceptos de calidad total y productividad, en México durante los primeros años de la presente década, la capacitación aún no se incorporaba a la cultura empresarial ni al proceso productivo como un elemento básico de para su mismo desarrollo.

Así pues, estas referencias y datos "describen la precariedad y el carácter fragmentario e invertebrado de las oportunidades de capacitación que se ofrecen a los trabajadores. Se benefician de ellas, mayoritariamente, los mandos medios y altos, en tanto que por lo general los obreros no calificados se forman en el proceso productivo mismo, bajo la guía informal de algún operario con mayor experiencia. La débil motivación de las grandes empresas para multiplicar y financiar modalidades de capacitación se explica por la permanente adquisición de obreros formados en las pequeñas empresas y por la ausencia de estímulos para estructurar programas de entrenamiento.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

"Este hecho da por resultado un alto déficit en materia de formación que en las presentes circunstancias (de apertura económica) puede llegar a constituir un cuello de botella acaso más restrictivo que el rezago de la infraestructura física o la insuficiencia de inversiones"¹³¹

Al iniciar la presente década, la industria radiofónica nacional no permaneció ajena a estas deficiencias.

No sólo porque en ella se confirman -en materia de capacitación- los rasgos de una industria integrada, en su mayoría, por pequeñas empresas -con menos de 19 trabajadores- con "serios impedimentos para llevar a cabo programas efectivos de capacitación, tanto por el temor a invertir en recursos humanos por su alta movilidad entre las empresas, como por no contar con la infraestructura necesaria para ello"¹³²

En estas empresas pequeñas -regularmente ubicadas en localidades también pequeñas- es común encontrar gente joven que durante algunos años permanece trabajando en ellas -entrenándose en el área- para luego emigrar a las ciudades de mayor movimiento demográfico y económico -y de mayor competencia radiofónica- en busca de un lugar en los grandes consorcios de radio.

131 Trejo, Guillermo, Op. cit., p. 147.

132 Programa Nacional de..., Op. cit., p. 16.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

O bien, en el caso de los grupos y cadenas nacionales de radiodifusión, sucede con frecuencia que los mismos directivos desplazan al personal más capacitado de sus emisoras pequeñas a las más grandes, cuando así lo requieren, dejando puestos vacantes que son cubiertos por nuevos empleados dispuestos a iniciar su proceso de preparación en la práctica diaria de su trabajo.

Y básicamente, también, porque dentro de la estructura interna de la mayor parte de las radiodifusoras, "todavía en un porcentaje increíble se sigue el escalafón elemental de ver, aprender, practicar, echar a perder y por fin, perfeccionar un empleo. Aún se sigue la escala simple del ayudante que se convierte en operador, el operador que llega a ser locutor o discotecario hasta que, por obra y gracia del destino, los puestos de responsabilidad se ocupan por gente que llega a través de los años a ser de un nivel gerencial"¹³³

Es ahí, en las estaciones de radio, donde "se es radiodifusor por herencia, ejecutivo por fraternidad y director artístico por suerte, ésto gracias a la nobleza del medio, que permite a cualquier improvisado incorporarse sin haber ni siquiera entrado a una cabina en cualquiera de los puestos"¹³⁴

¹³³ Garza, Ramiro, La radio actual. Qué es y cómo se realiza, Ed. Edamex, México: 1992, p. 23, Volumen I.

¹³⁴ Herrera Barrera y Vázquez Muñoz, *Op. cit.*, p. 96.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Y es, también, en estas emisoras donde la labor del locutor ha quedado reducida a simple "telefonista-anunciaciones"; y el operador de consola se ha convertido en "aprieta botones". Ambos, como la mayor parte de los empleados de la radio, encargados de repetir, rutinariamente, las mismas funciones durante toda su jornada laboral; carentes de toda oportunidad de crear, decidir o proponer soluciones novedosas a los problemas que enfrentan en su trabajo diario, en favor de su propio bienestar, el de su empresa y la sociedad en su conjunto.

Sin embargo, todos los protagonistas que confluyen en el complejo panorama de la capacitación radiofónica no parecen estar ni conscientes ni convencidos de esta realidad.

Para los empresarios el problema no parece ser tan relevante como lo son el desarrollo de las nuevas tecnologías de información y la venta de espacios publicitarios al mayor costo.

Algunos están conscientes de la problemática, pero aseguran que no es tan sencillo resolverla:

"Yo alguna vez en las empresas, un día me aceleré y dije: *Vamos todos a estudiar computación*. Los que están en la radio o la televisión saben que el futuro ya es la programación a través del disco duro, para manejar digitalizado no sólo la música, sino también la voz. Ibamos a empezar a estudiar los martes y jueves a las 8 de

RADIO Y CAPACITACION, HOY

la mañana. No pudimos hacerlo. Yo, porque tenía que andar en otras cosas, fulanito porque no. Es difícil la capacitación pero debemos hacerla. Un país se pone en la lista de países en el mundo por la investigación y la capacitación permanente. Ustedes pregúntense cuánto gastan los Estados Unidos en investigación y cuánto gasta Guatemala. Qué es lo que sucede entonces, que éste país siempre está a la zaga. Lo más que podemos hacer es comprar tecnología, pero ya superada, es tecnología vieja. La tecnología nueva no nos la van a dar si es parte de su negocio. Tenemos que entrar a esta etapa"¹³⁵

Y otros más consideran que la capacitación y la preparación de sus trabajadores es cara y poco redituable. Tienen desconfianza de contratar a los egresados del área de comunicación y periodismo porque los consideran "teóricos", prepotentes, arriesgados y exigentes en cuanto a la demanda de sus niveles salariales. Prefieren contratar empleados no calificados, con meros conocimientos básicos, que no demandan ingresos altos, se conforman con sentirse un poco artista y se someten fácilmente a las órdenes de los directivos; no proponen, no crean, no arriesgan.

Los dirigentes sindicales, por su parte, se conforman con la cuota de poder que les proporciona el Contrato-Ley en cuanto a la administración del personal de las emiso-

¹³⁵ Sánchez Campuzano, Francisco Javier, presidente de Grupo Siete y la organización radiofónica Crystal-Cima-Somer, "Administración moderna de una estación radiodifusora", en: II Seminario de Radio y Televisión, Comisión Juvenil de la CIRT, 23 de marzo de 1993.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

ras. Y con respecto a la capacitación de sus representados sólo se limitan a señalar que "existe una disposición legal, en el Contrato-Ley, la cual afirma que los empresarios tienen la obligación de dar capacitación al trabajador. La lucha ha sido permanente contra la industria, ya que sólo ha habido acciones para taparle el ojo al macho, de parte de los industriales. Pedimos que el instituto de capacitación -que existe en la Cámara- opere de verdad"¹³⁶

Esto, a pesar de que el mismo Contrato-Ley establece que el sindicato será el responsable de proporcionar los trabajadores que las empresas radiofónicas requieran para su funcionamiento.

En tanto, "las escuelas de periodismo y comunicación no hacen mucho por influir. Sus egresados padecen el vicio opuesto: preparación muy discursiva, con frecuencia ideologizada, y poco práctica en la realidad del campo de trabajo"¹³⁷

Así, mientras cada año las escuelas de comunicación y periodismo preparan mano de obra calificada, que en bajos porcentajes llegará a poner en práctica sus conocimientos en su mercado de trabajo, "es común encontrar en las cabinas de radio a trabajadores renuentes a un mínimo de capacitación, algunos se justifican por sus

¹³⁶ Declaraciones del secretario general del STIRT, Netzahualcóyotl de la Vega, a Josefina Herrera y Heriberto Vázquez.

¹³⁷ Trejo Delarbre, Raúl, "Disparidades y resignaciones de los trabajadores de los medios", en: La sociedad ausente. Comunicación, democracia y sociedad. Ed. Cal y Arena, México: 1992, p. 144.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

años en la radio, y otros sólo se dejan llevar por su ignorancia"¹³⁸

Entre los mismos trabajadores existen opiniones divididas sobre la capacitación y la preparación.

Para ejemplificar este aspecto, hemos tomado del trabajo de tesis de Josefina Herrera y Heriberto Vázquez declaraciones significativas -para los fines de esta investigación- de los trabajadores de la radio comercial -locutores y operadores-, que ellos mismos recabaron en los diversos grupos radiofónicos de la ciudad de México.

Así pues, para algunos trabajadores de la radio no es imprescindible tener preparación especial para realizar sus labores, "lo más importante es tener ganas de trabajar y hacer bien las cosas", aseguran.

Para otros, los estudios profesionales sí son necesarios porque "en parte la desacreditación que tiene el medio se debe a que nunca se ha exigido preparación universitaria para trabajar. Cualquier licenciatura ayudaría para tener una cultura general y en base a la metodología que cualquier carrera te da. En el caso de los estudios afines a la comunicación son mucho más importantes, ya que te ayudan a comprender la importancia real del medio, harían que éste en sus transmisiones fuera más sano y con más variedad y que tuviera cohesión".

¹³⁸ Herrera Barrera y Vázquez Muñoz, Op. cit., p. 105.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

También hay quienes se muestran indiferentes ante la problemática: "no es necesario, pero es mejor si la tuviera", dicen.

Los menos manifiestan su preocupación por los nuevos tiempos, al señalar que "todo evoluciona y con la nueva tecnología uno tiene que prepararse más por el número de personas a las que se llega. Ahora en el Distrito Federal, se originan transmisiones vía satélite y no será lógico poner a gente sin estudios, inexpertos o sin cultura al frente de un medio tan importante de comunicación, de tal manera que quien ocupa un micrófono debe estar bien preparado".

Y otros más, aseguran que "la impreparación se debe a que tú trabajas por amor al arte, sin importar los salarios, de tal manera que al ingresar a este medio no se te requiere ninguna preparación universitaria. Lamentablemente estamos en un negocio en que *dinero es dinero*, lo demás como salga. De hecho se dan sólo brochazos de cultura y mucho entretenimiento que muchas veces no es el que la gente necesita".

Asimismo, a partir de la misma encuesta, aplicada, en 1990, al 10% de los trabajadores de la radio concesionada del Distrito Federal -ver cuestionario, gráficas y porcentajes en el Apéndice No. 1-, Josefina Herrera y Heriberto Vázquez, también, encontraron que:

a) LOCUTORES:

- Todos trabajan por vocación.

RADIO Y CAPACITACION, HOY

- Estudios: 53.3% bachillerato, 36.7% universidad y 10.0% secundaria.

- Quienes menos tiempo tienen en el medio, poseen estudios mayores al bachillerato.

- En cuanto a las funciones de la radio, la mayor parte de las respuestas coinciden en señalar que informa, divierte, entretiene, educa, forma opinión, es un medio para culturizar y orienta.

- Sólo uno de ellos expresó que el trabajo que desempeña no contribuye a elevar el nivel cultural de los escuchas.

b) OPERADORES:

- Aunque la mayoría trabaja por vocación, muchos de ellos lo hacen también por necesidad.

- El nivel de escolaridad de los operadores es más bajo que el de los locutores: 56.7% secundaria, 36.7% bachillerato y 6.7% primaria.

- Muy pocos saben el significado del término "comunicación", pero menos aún entienden la importancia de un medio de difusión masiva.

- Tan sólo dos de ellos opinaron que sí contribuyen a elevar el nivel cultural de sus radioescuchas.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

A partir de este mosaico de opiniones resulta claro que existe una falta de compromiso real para integrar a la capacitación, y sus beneficios consecuentes, al proceso de producción y transmisión de mensajes en la industria radiofónica nacional.

En materia de capacitación poco es el camino que se ha hecho al andar en la radio comercial. Sin embargo, existen ya algunas bases sobre las que se puede empezar a trabajar.

En los siguientes capítulos abordaremos, precisamente, estos esfuerzos de manera cronológica para apreciar el origen, el desarrollo y las perspectivas a futuro que hoy tiene la capacitación dentro de la industria de la radiodifusión.

CAPITULO II

*ORIGEN Y DESARROLLO DE LA
CAPACITACION RADIOFONICA:
NIVEL TECNICO.*

1. LA RADIOTELEGRAFIA Y LAS PRIMERAS ESCUELAS TECNICAS A PRINCIPIOS DE SIGLO

"Pero nació la telegrafía sin hilos y con ello la admiración... Se borraron las distancias y los horizontes se ensancharon más allá de las fronteras. La señal podía viajar sin el soporte de postes y de alambres. ¿Cómo era posible? ¿O la magia existe o el hombre es el mago por excelencia. La aparición de la telegrafía sin hilos avivó la curiosidad de estudiosos, despertó vocaciones y en todo el mundo se empezó a experimentar; por parte de los gobiernos de los países para dar a sus pueblos mejores comunicaciones; y por parte de los particulares, para satisfacer su sano deseo de descubrir por ellos mismos el secreto..."

Antes, mucho antes de que la radio fuera la industria de hoy; antes de que enfrentara los primeros problemas de programación, contenidos y comercialización; es decir, antes de que fuera propiamente radiodifusión: transmisión de mensajes verbales o musicales programados y destinados a ser escuchados por todos aquellos que cuentan con equipos receptores², tuvo, primero, que superar el problema de la formación de cuadros, capaces de echar a andar el proceso de desarrollo técnico y productivo, el cual culminaría con el pleno establecimiento de la radio como medio de difusión masiva.

La formación de estos cuadros, en su nivel técnico, se inició en las dos etapas que antecedieron a la radiodifusión: la radiotelegrafía -sistema de comunicación mediante el cual se transmiten mensajes telegráficos sin

1 Merchan Escalante, Carlos, "Telecomunicaciones", en: Historia de las comunicaciones y los transportes en México. SCT, México: 1988, p. 79.

2 Gálvez Cancino, José Felipe, Los Felices del Alba. FCPyS, UNAM, México: 1975, p. 22.

1. LA RADIOTELEGRAFIA Y LAS PRIMERAS ESCUELAS TECNICAS A PRINCIPIOS DE SIGLO

129

"Pero nació la telegrafía sin hilos y con ello la admiración... Se borraron las distancias y los horizontes se ensancharon más allá de las fronteras. La señal podía viajar sin el soporte de postes y de alambres. ¿Cómo era posible? O la magia existe o el hombre es el mago por excelencia. La aparición de la telegrafía sin hilos avivó la curiosidad de estudiosos, despertó vocaciones y en todo el mundo se empezó a experimentar; por parte de los gobiernos de los países para dar a sus pueblos mejores comunicaciones; y por parte de los particulares, para satisfacer su sano deseo de descubrir por ellos mismos el secreto..."¹

Antes, mucho antes de que la radio fuera la industria de hoy; antes de que enfrentara los primeros problemas de programación, contenidos y comercialización; es decir, antes de que fuera propiamente radiodifusión: transmisión de mensajes verbales o musicales programados y destinados a ser escuchados por todos aquellos que cuentan con equipos receptores², tuvo, primero, que superar el problema de la formación de cuadros, capaces de echar a andar el proceso de desarrollo técnico y productivo, el cual culminaría con el pleno establecimiento de la radio como medio de difusión masiva.

La formación de estos cuadros, en su nivel técnico, se inició en las dos etapas que antecedieron a la radiodifusión: la radiotelegrafía -sistema de comunicación mediante el cual se transmiten mensajes telegráficos sin

¹ Merchan Escalante, Carlos, "Telecomunicaciones", en: Historia de las comunicaciones y los transportes en México, SCT, México: 1988, p. 79.

² Gálvez Cancino, José Felipe, Los Felices del Alba, FCPYS, UNAM, México: 1975, p. 22.

NIVEL TECNICO

municar. La posibilidad de la telegrafía, primero, y la telefonía, después, sin la necesidad de postes y alambres a lo largo de los caminos, expuestos a las inclemencias del tiempo y a las circunstancias de cada región.

Para México, que durante la primera década de nuestro siglo vivía los estragos del gobierno porfirista, la introducción de la telegrafía sin hilos (TSH ó Radiotelegrafía) significó "la solución de muchos y serios problemas que sufría la telegrafía alámbrica, como eran la rotura de alambres, la caída de postes y, lo más grave, la imposibilidad de llevar la comunicación telegráfica a lugares inaccesibles".⁵

Por esta razón, tanto el gobierno de Porfirio Díaz, como los posteriores a la revolución de 1910 se dieron a la tarea de impulsar el desarrollo de esta nueva forma de comunicación, a través del apoyo que proporcionaron a dependencias como la Dirección General de Telégrafos Nacionales (DGTN) y la Secretaría de Guerra y Marina para que instalaran, primero, las primeras estaciones de radiotelegrafía y, después, para que crearan espacios de preparación, investigación, reparación y construcción de equipos profesionales.

1902 marcó el inicio de las comunicaciones inalámbricas en nuestro país.

⁵ Merchan Escalante, Carlos, Op. cit., p. 49.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

el uso de alambres³- y la radiotelefonía -transmisión y captación de voces por medio de aparatos eléctricos⁴-.

Es decir, cuando, debido a los avances técnicos de la época surgió la necesidad de contar con personal adiestrado y capacitado en estas áreas, con el fin de poder aprovechar las bondades que en ese momento, y aún, hoy, proporcionan las comunicaciones inalámbricas.

En este apartado explicaremos cuáles fueron las primeras formas de capacitación, a nivel técnico, de la radio, así como su posterior desarrollo.

A) LA RADIOTELEGRAFIA.

La última década del siglo pasado fue testigo de las importantes transformaciones que surgieron en el área de las comunicaciones a partir de la introducción, en el mercado internacional, de uno de los descubrimientos más revolucionarios de los últimos años: la válvula termoionica o bulbo.

Y con ello, la posibilidad de surcar distancias, de transportar mensajes por entre los mares, los desiertos y demás regiones inhóspitas y difíciles de transitar y de co-

3 Ibidem., p. 21.

4 Ibidem., p. 22.

NIVEL TECNICO

municar. La posibilidad de la telegrafía, primero, y la telefonía, después, sin la necesidad de postes y alambres a lo largo de los caminos, expuestos a las inclemencias del tiempo y a las circunstancias de cada región.

Para México, que durante la primera década de nuestro siglo vivía los estragos del gobierno porfirista, la introducción de la telegrafía sin hilos (TSH ó Radiotelegrafía) significó "la solución de muchos y serios problemas que sufría la telegrafía alámbrica, como eran la rotura de alambres, la caída de postes y, lo más grave, la imposibilidad de llevar la comunicación telegráfica a lugares inaccesibles".⁵

Por esta razón, tanto el gobierno de Porfirio Díaz, como los posteriores a la revolución de 1910 se dieron a la tarea de impulsar el desarrollo de esta nueva forma de comunicación, a través del apoyo que proporcionaron a dependencias como la Dirección General de Telégrafos Nacionales (DGTN) y la Secretaría de Guerra y Marina para que instalaran, primero, las primeras estaciones de radiotelegrafía y, después, para que crearan espacios de preparación, investigación, reparación y construcción de equipos profesionales.

1902 marcó el inicio de las comunicaciones inalámbricas en nuestro país.

⁵ Merchan Escalante, Carlos, Op. cit., p. 49.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En este año cuatro técnicos de la DGTN (Luis Sánchez, Raymundo Sardaneta, Juan José Flores y Pedro N. Cota) y dos ingenieros de la empresa alemana Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft, promotora internacional de la telegrafía sin hilos, construyeron e instalaron las estaciones de Cabo de Haro, Sonora (13 de febrero) y Santa Rosalía, Baja California (16 de febrero), las cuales, según reportes oficiales⁶, aunque proporcionaron resultados "inferiores a los que se obtienen con los procedimientos comunes, fueron bastante aceptables para que el gobierno haya resuelto utilizar esa nueva comunicación en parte de su servicio oficial, y aún dispuesto a ponerlo al servicio público, a título de prueba".⁷

Y así lo hizo. En casi dos décadas, poco antes de que fuera inaugurada oficialmente la radiotelefonía (1921), la Red Nacional de Radiotelegrafía creció a 27 estaciones, la mayoría de las cuales estaban ubicadas en las zonas limítrofes del país como Sonora, Sinaloa, Veracruz, Campeche, Chihuahua, Tampico, Torreón, etc. O bien, en áreas estratégicas, de difícil acceso y con pocas posibilidades de comunicación a través de otras vías, tales como: San José del Cabo, La Paz; San Quintín, Bahía de Magdalena y Loreto, en Baja California; Payo Obispo y

⁶ Informe presidencial de Porfirio Díaz al abrir el Congreso sus sesiones, el 16 de septiembre de 1903.

⁷ México a través de los informes presidenciales. Las Comunicaciones. Secretaría de la Presidencia, SCT, México: 1976, p. 105.

NIVEL TECNICO

Xcalac, en Quintana Roo; Isla María Madre, en Nayarit, etc.

Todas mantenían comunicación con las embarcaciones en el mar y con las de las costas, con el fin de auxiliar a las líneas terrestres. Algunas de ellas, como la de Salina Cruz, Oaxaca, eran de servicio público. Y otras más, eran parte del equipo de transmisión de la Secretaría de Guerra y Marina, como en sus inicios lo fue la de Chapultepec.

En todas, también, la actividad era constante. De acuerdo con registros de la DGTN, durante el ejercicio fiscal de 1920 el servicio cruzado entre dichas estaciones ascendió a 316,373 mensajes, convirtiendo así a la radiotelegrafía en la segunda vía de comunicación más utilizada de la época, apenas superada por la telegrafía alámbrica, que había nacido 51 años antes -en 1851- que la TSH.

En el marco de este desarrollo los diversos gobiernos del país otorgaron, también, facilidades para la creación de espacios⁸ de preparación, investigación, experimentación, reparación y construcción de equipos profesionales de radiotelegrafía.

En primer lugar, por la necesidad de impulsar el pleno desarrollo de la comunicación inalámbrica en nuestro país. Y en segundo, por la imposibilidad de los gobiernos

⁸ La denominación "espacios" se debe a su definición: extensión indefinida, la cual permite englobar diversas formas de un mismo tema.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

post-revolucionarios para importar equipos y refacciones de TSH en las naciones desarrolladas, que para 1915 se encontraban más ocupadas en la primera conflagración mundial.

Por su naturaleza, contenidos y objetivos, podemos dividir a estos espacios en dos grandes grupos:

a) *ESPACIOS INDIRECTOS DE CAPACITACION TECNICA DE RADIOTELEGRAFIA*: caracterizados por no tener como objetivo central la capacitación; de impulsarla de manera indirecta, sin contar con cursos planeados ni conocimientos sistematizados.

b) *ESPACIOS DIRECTOS DE CAPACITACION TECNICA DE RADIOTELEGRAFIA*: caracterizados por impulsar de manera directa la capacitación, con cursos planeados y conocimientos sistematizados, tales como los que se proporcionaron en la Escuela Nacional de Telégrafos, la Escuela Militar de Transmisiones y la Academia Marconi de Mérida, Yucatán.

B) ESPACIOS INDIRECTOS DE CAPACITACION TECNICA.

El primero de estos espacios surgió en el seno del gremio de los telegrafistas -pioneros técnicos de la radio en México- en 1913.

NIVEL TECNICO

De la manera más informal, con escasa infraestructura y más iniciativa propia, los telegrafistas encargados de las 9 estaciones radiotelegráficas que existían hasta ese momento, empezaron a diseñar y a construir equipos y refacciones, así como a dar mantenimiento a las instalaciones de sus estaciones.⁹

Es en estos momentos cuando surge la primera forma de capacitación y adiestramiento técnicos de la radio. Capacitación que fue más bien indirecta, una consecuencia que se dio gracias a la inquietud de los telegrafistas responsables de cada estación radiotelegráfica, quienes al mismo tiempo que proporcionaban mantenimiento a sus plantas, experimentaban, aprendían y proponían nuevas técnicas.

El resultado de este trabajo se encuentra plasmado en el último informe presidencial de Francisco I. Madero: "las estaciones de Campeche y Veracruz se han comunicado con la Isla María Madre y Mazatlán, en la República; y con Panzacola, Florida y Colón, del Istmo de Panamá".

Por primera vez, y gracias al trabajo de los inquietos telegrafistas, nuestras estaciones de radiotelegrafía habían logrado comunicar al territorio mexicano de extremo a extremo, e incluso, con regiones de otros países.

⁹ Merchan Escalante, Carlos, Op. cit., p. 84.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En el periodo 1914-1917 fue construido e instalado el segundo espacio, que registra la historia, de investigación y experimentación de radiotelegrafía: un laboratorio eléctrico-técnico, "montado conforme a los más modernos adelantos"¹⁰, en un anexo de la estación de Chapultepec.

Con apoyo de este laboratorio-taller -dotado de talleres mecánicos y de carpintería- donde se realizaron trabajos de construcción y reparación de aparatos y muebles, "personal a cuyo cargo estuvo su cuidado y actividad, adaptó, modificó y puso en servicio equipos importados; más aún, diseñó y construyó equipos de su propia creación, a nivel de los mejores del mundo".¹¹

Tal fue el caso de la estación receptora de radiotelegrafía, construida en este laboratorio e instalada en las inmediaciones del Cerro de la Estrella, en la hacienda La Purísima, en Iztapalapa D.F., la cual recogió "los despachos de las (estaciones) de alta potencia del mundo".¹²

Asimismo, en dicho laboratorio se construyó, también, la estación transmisora que sustituyó a la que venía operando en Chapultepec, puesto que ya resultaba insuficiente y obsoleta para los fines que le tenía preparados la Red Nacional de Radiotelegrafía: servir de

10 México a través de los informes..., Op. cit., p. 141.

11 Merchan Escalante, Carlos, Op. cit., p. 82.

12 México a través de los informes..., Op. cit., p. 159.

NIVEL TECNICO

enlace "entre México, D.F., Mazatlán, Sin., Veracruz, Ver., y Ciudad del Carmen, Camp."¹³

Sin duda alguna estos espacios de investigación y experimentación fueron determinantes para el desarrollo de la comunicación inalámbrica, específicamente de la radiotelegrafía, en México.

Espacios que, sin embargo, no lograron establecer como uno de sus fines centrales el de la capacitación profesional, a través de cursos que eliminaran la necesaria asesoría de expertos de otros países, que hasta los años 20, aún permanecía en estaciones como la de Chapultepec.¹⁴

En el área de la capacitación los avances logrados a partir de estos espacios, se realizaron de manera indirecta, dentro de la inercia del mismo proceso de investigación, experimentación y mantenimiento: se preparaba el que practicaba.

En este sentido, es hasta 1920, durante el gobierno interino de Adolfo de la Huerta, cuando oficialmente se habla -por vez primera- del proyecto de crear una escuela de radiotelegrafía.

Proyecto que para estas fechas era, ya, más necesi-

¹³ Mooser, Pablo, Breve historia de la radioafición en México, Liga Mexicana de Radioexperimentadores. México: 1982, p. 10.

¹⁴ "Las estaciones inalámbricas actuales no sirven para nada", en: El Universal, México: 21 de septiembre de 1920, 1ª plana.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

sario, debido a tres razones: primera, el desarrollo de la TSH en el país (27 estaciones); segunda, los planes que tenía en mente este gobierno, de instalar "estaciones radiotelegráficas en todas las capitales de Estado y puertos de ambos litorales, que les ponga en comunicación rápida y constante con la capital de la República"¹⁵; y tercera, principalmente "con el objeto de que se formen técnicos en radiotelegrafía, que substituyan a los telegrafistas extranjeros, en cuyas manos ha estado hasta ahora la oficina de Chapultepec... técnicos que vayan a mejorar los servicios en todas las estaciones de la República, evitando así que se estén sosteniendo estaciones que cuestan mucho y no llenan su objetivo".¹⁶

Así, con respecto a esta escuela de radiotelegrafía, los medios impresos de la época publicaron la siguiente nota el domingo 5 de septiembre:

"El ingeniero Pascual Ortiz Rubio se ha dirigido al presidente de la República solicitando que se pensionen personas competentes que vayan a los Estados Unidos y Europa a estudiar radiotelegrafía.

El señor Adolfo de la Huerta, de acuerdo con las ideas del secretario de Comunicaciones, ordenó que se nombraran personas idóneas a fin de que se especialicen en tales estudios, y al mismo tiempo manifestó al ingeniero Ortiz Rubio que era necesario implantar una escuela de Radiotelegrafía y otra de Telegrafía en donde únicamente se enseñara la práctica de tales conocimientos"¹⁷

¹⁵ México a través de los informes..., Op. cit., p. 166-167.

¹⁶ Declaración del secretario de comunicaciones, Pascual Ortiz Rubio, en: El Universal, 21 de septiembre de 1920, Op. cit.

¹⁷ "Va a establecerse en México una escuela Radiográfica", en: El Universal, México: 5 de septiembre de 1920, 1ª plana.

NIVEL TECNICO

Y así se hizo. El 22 de noviembre de 1920 se embarcaron en el puerto de Veracruz, rumbo a Europa, Juan José Flores Treviño y Raymundo Sardaneta, empleados de la DGTN, pensionados para visitar y estudiar las estaciones radiotelegráficas de gran potencia, así como los últimos avances de esta ciencia. En tanto, dos días después el inspector del servicio radiotelegráfico, Pedro N. Cota marchó hacia Nueva York, en compañía de un representante de Radio Corporation of America (RCA), para enterarse de la construcción y funcionamiento de los aparatos de radio que se fabricaban en dicha empresa.¹⁸

La plena realización de este proyecto significaba el inicio del fin de los asesores extranjeros y de las constantes fallas sufridas en las estaciones de radiotelegrafía por la falta de un numeroso personal preparado y calificado. Sin embargo, el proyecto no prosperó.

¿La razón?, simple y sencillamente, tanto el ingeniero Pascual Ortiz Rubio, como el señor Adolfo de la Huerta renunciaron a sus cargos para entregarlos, respectivamente, a los señores Amado Aguirre y Alvaro Obregón, el 30 de noviembre de 1920. El gobierno de Adolfo de la Huerta había terminado, y con él, el proyecto de la escuela de radiotelegrafía.

Al asumir la presidencia de la República, el General

¹⁸ Memoria, SCOP, México: 1920, p. 173.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Alvaro Obregón recibió los informes de los telegrafistas pensionados en el extranjero. Así, por recomendación de éstos, a principios de 1921, a pesar de los problemas presupuestales del Estado¹⁹, el presidente decidió comprar equipo para estaciones radiotelegráficas a la RCA, el cual tuvo un costo de 105,738 dólares.²⁰

Equipo que dos años después aún permanecía en las bodegas de la aduana de Veracruz, sin destino determinado, y por el cual, debido al desorden administrativo del DGTN, el gobierno de la República tuvo que pagar un costo adicional de 6,912 dólares.

En cuanto a los telegrafistas pensionados en Europa, a su regreso el gobierno de Alvaro Obregón les encargó la tarea de establecer escuelas de radio a nivel nacional, de las cuales lo único que se sabe a ciencia cierta es que en 1922 generaron un gasto por mantenimiento de \$45,508.10 pesos y por reparaciones e instalaciones, \$27,099.30.²¹

Tales escuelas de radio estaban a cargo de la DGTN, cuando todavía era director de esta institución Luis G. Zepeda, quien ese mismo año -1922- renunció, acusado por los empleados de la dependencia de retrasar los pagos del personal sin justificación, cambiar arbitrariamente los puestos de los empleados, de cesar a todos los miembros de

19 Mejía Barquera, Fernando, *La industria de la radio...*, Op. cit., p. 23.

20 *Ibidem.*, p. 24.

21 *México a través de los informes...*, Op. cit., p. 178 y Merchan Escalante, Carlos, *Op. cit.*, p. 96.

NIVEL TECNICO

la Mesa Directiva de la Sociedad Mutualista de los Trabajadores y de otorgar puestos a sus amigos. De acuerdo con una auditoria realizada por el gobierno, se comprobó que en la DGTN existía un déficit de \$4,093,875.08 de pesos, que Luis G. Zepeda no logró justificar.²²

No es difícil imaginar, pues, cual fue la labor de tales escuelas de radio, que posiblemente nunca existieron y, por lo tanto, tampoco lograron nunca ser la vía de capacitación del personal de radiotelegrafía, como lo habría querido el ingeniero Pascual Ortiz Rubio.

C) ESPACIOS DIRECTOS DE CAPACITACION TECNICA.

En las primeras décadas, antes de que la radio como medio de difusión iniciara su pleno despegue, no hubo, como hemos podido apreciar, ninguna escuela propiamente orientada a impulsar la capacitación de los trabajadores de la radiotelegrafía, primero, y después, de la radiotelefonía y la radiodifusión.

Posiblemente las escuelas que más que acercaron a este objetivo durante los primeros años del siglo veinte, fueron: la Escuela Nacional de Telégrafos, la Escuela Militar de Transmisiones y la Academia Marconi de Mérida,

²² Mejía Barquera, Fernando, Op. cit., p. 24.

Yucatán. En los siguientes renglones un poco de su historia y de su papel en el ámbito de la capacitación radiofónica a nivel técnico.

1. LA ESCUELA DE TELEGRAFOS NACIONALES.

Llamada en un principio Oficina-Escuela de Telegrafía, la Escuela de Telégrafos Nacionales fue creada el 10 de enero de 1898 con el fin -según palabras de su fundador, ingeniero Francisco Z. Mena- de terminar con la impreparación de algunos trabajadores e impartir enseñanza teórico-práctica del sistema telegráfico.²³

Tomando en cuenta este propósito, se diseñó un primer plan de estudios, que entre otras cosas comprendía: clases orales sobre electricidad aplicable; prácticas relativas a instalaciones y conexiones telegráficas; mediciones en los circuitos; labores contables y de orden administrativo, y aprendizaje de telegrafía bajo el alfabeto nacional. Todas las asignaturas de la carrera se cursaban en cuatro semestres.

En 1917, quince años después de la llegada de la radiotelegrafía a México, cuando el monopolio estatal de telegrafía inalámbrica había crecido a 21 estaciones: 12 terrestres; 4 a bordo de buques de guerra y 5 portátiles, al servicio de operaciones militares²⁴, la Escuela Nacional

²³ Memoria. SCOP, México: 1896-1899, p. 175.

²⁴ México a través de los informes..., Op. cit., p. 141.

NIVEL TECNICO

de Telégrafos por vez primera hizo un espacio en su academia para la enseñanza de la radio como medio de comunicación.

Así, además de impartir materias de cultura general como escritura y lengua nacional, inglés, mecanografía y aparatos, y contabilidad y administración; asignaturas propias de la telegrafía: conexiones, electricidad, transmisión y recepción telegráfica, aritmética, álgebra, geometría y trigonometría, física, máquinas térmicas y eléctricas, y construcción de líneas; y opciones para la recreación, como gimnasia, la Escuela de Telegrafía empezó a impartir la clase de "RADIO TEORICO-PRACTICA" como un complemento de la educación que se proporcionaba a los telegrafistas.

Sin embargo, esta innovación no fue el inicio de la ampliación y el fortalecimiento de la Escuela de Telegrafía, que con un poco más de visión pudo haber dado cabida a las nuevas áreas de comunicación inalámbrica: la radiotelefonía y la radiodifusión, que posteriormente aparecieron.

Lejos de eso, la Escuela de Telégrafos Nacionales, pionera de la capacitación en el área de las comunicaciones, siguió siendo siempre la misma: la escuela para los telegrafistas, hasta que, como consecuencia del paso del tiempo y la creación de la Escuela de Telecomunicaciones (11 de octubre de 1961), se debilitó y se convirtió en lo que es hoy: una serie de cursos esporá-

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

dicos para técnicos de Telecomm (Telecomunicaciones de México) que se imparten en Balderas 92, colonia Centro.²⁵

En términos de preparación del personal de comunicaciones inalámbricas -radio-, del área gubernamental, los cambios más importantes dentro de esta escuela se dieron en:

- 1926, al surgir el Departamento de Radiocomunicación en la DGTN, se empezaron a impartir clases de radio en los laboratorios auspiciados por dicho departamento.²⁶

- 1953, cuando al crearse el nuevo plan de estudios se abrió la posibilidad de dos nuevas especialidades: un curso de capacitación práctica, al término del cual, los egresados podían ser empleados como telegrafistas, teletipistas o radiotelegrafistas; y la carrera subprofesional de Técnico Telegrafista.²⁷

2. LA ESCUELA MILITAR DE TRANSMISIONES.

Los antecedentes de esta escuela se remontan al año de 1913, cuando por necesidades de la guerra revolucionaria, surgió el Servicio Militar de Transmisiones, "el (sistema) que va a satisfacer las nece-

25 Cárdenas de la Peña, Enrique, "El Telégrafo", en: Historia de las comunicaciones y los transportes en México, SCT, México: 1987, p. 239.

26 Ibidem., p. 145

27 Ibidem., p. 202.

NIVEL TECNICO

sidades de comunicación (del Ejército)".²⁸

Un servicio que a pesar de su carácter "militar", abrió sus filas a cientos de telegrafistas de todo el país para que manejaran las comunicaciones existentes en favor de la causa revolucionaria. Posteriormente, en los años que siguieron al fin de la guerra, el Servicio Militar de Transmisiones se volvió más selectivo, disciplinado y organizado.

El primer gran logro de este servicio se registró el 19 de marzo de 1923. Fecha en la que el jefe de la Sección de Comunicaciones Militares, general José Francisco Ramírez, con la colaboración del señor José de la Herrán Pau inauguró "la estación experimental de radio JH, de la Secretaría de Guerra y Marina, que fue destinada no sólo para la difusión de programas culturales²⁹ y de conciertos, sino también para comunicaciones telefónicas, telegráficas de radio experimentación, cuyas señales fueron reportadas de numerosos lugares de los Estados Unidos y Canadá, así como de la expedición del Almirante McMillan desde el Polo Norte".³⁰

En estos primeros años de vida del Servicio Militar de Transmisiones, el general Ramírez también creó el primer órgano educativo que capacitaría al personal de es-

28 Espinosa López, Francisco, Cinco gigantes en la vida de las transmisiones. SDN, México: 1980, p. 9.

29 De acuerdo con la historia de la radiodifusión esta fue la primera estación cultural que existió en México.

30 Espinosa López, Francisco, Op. cit., p. 27.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

te servicio: la Escuela Telegráfica Militar, antecedente directo de la actual escuela de transmisiones, la cual por problemas de la época fue cerrada el 19 de julio de 1927.

Entonces, dado el valioso material humano con el que se contaba (los Buchanan, Garza Ramos, Lecón, Bravo y muchos otros expertos de las radiocomunicaciones), se prefirió confiar más en los hombres que en las instituciones. No obstante, el general Ramírez siempre mantuvo "provisional e informalmente en el Palacio Nacional, un curso de radiotelegrafía que él llamaba *escuela radiotelegráfica*".³¹

A finales de 1929, el coronel Ramón Cortés González, egresado de la escuela de telegrafía, ya como Jefe de la Sección de Comunicaciones Militares, fundó la Escuela de Transmisiones Militares en forma experimental, adaptándole un local improvisado sobre la azotea del propio Palacio Nacional.

Durante su gestión, del 19 de agosto de 1929 al 19 de enero de 1936, Cortés González logró, entre otras cosas, que se otorgaran anualmente dos plazas al personal del servicio de Transmisiones en la Escuela Superior de Guerra, creada en 1932; becas para tomar cursos de comunicaciones militares en el extranjero, tanto en el Marconi College de Inglaterra, como en la Escuela del Ejército de los Estados Unidos.

³¹ *Ibidem.*, p. 55. El subrayado es mío.

NIVEL TECNICO

Sin embargo, la época de mayores logros para la Escuela Militar de Transmisiones ocurrió durante la jefatura del general José de Jesús Clark Flores, del 12 de mayo de 1934 al 12 de febrero de 1953.

Tiempo en el que se realizó, entre otras cosas: la construcción de las casetas de transmisiones y de receptores para operación a control remoto; el establecimiento de la fábrica de baterías, de la imprenta y de todo tipo de talleres y laboratorios; la instalación de una estación de radioaficionados; y la sonorización y locución de todas las actividades.

Asimismo, el general Clark también contrató los servicios "de prominentes personajes de la enseñanza, para atender la educación del personal de Transmisiones; obtuvo los servicios de locutores profesionales para adiestrar a Jefes y Oficiales de Transmisiones en esa disciplina, y estableció los cursos de Ingenieros de Transmisiones y de Radio-Operadores.³²

La Escuela Militar de Transmisiones -al contrario de lo que ocurrió con la de Telégrafos- con el paso del tiempo se fue fortaleciendo hasta llegar a ser parte medular en el Ejército Mexicano.

De acuerdo con un documento que envió la Jefatura de Transmisiones al secretario de la Defensa Nacional el 21

32 Ibidem., p. 93.

de junio de 1943, se establece que la Escuela Militar de Transmisiones ampliada "en 100 plazas más y casi terminadas por esta Dirección las obras referentes a comedores y cocinas de la citada Escuela, buscando el internado de los alumnos y con ello un mayor control que permita mejorar los cursos y preparar el de Ingeniero de Radio, se hace necesario poner al frente de la misma a un jefe técnico (que) garantice la consecución de los planes".

En los últimos años se creó, dentro del mismo Servicio de Transmisiones, el Centro de Instrucción de Radio-Operadores de Transmisiones (CIROT), que finalmente se transformó en la Escuela Militar de Clases de Transmisiones (EMCT), con la cual "creció la calidad de nuestro personal, se elevó en grado sumo su espíritu de cuerpo y su moral, se estableció el perfecto escalonamiento en su formación militar y se logró que el Servicio de Transmisiones fuera el primer Servicio del Ejército que contó con un plantel educativo para formar a sus Clases".³³

3. LA ACADEMIA MARCONI DE MERIDA, YUCATAN.

A finales de 1924 los señores José D. Triay Esperón, Eduardo Martínez Cantón, Gustavo Mangas y Manuel R. Arias Luján fundaron en Mérida, Yucatán, la Academia Marconi, una escuela cuyo objetivo central fue enseñar la carrera

³³ Ibidem., p. 129.

NIVEL TECNICO

de Técnico en Radio y que, a decir de algunos investigadores, fue la primer escuela de su género en todo el país.³⁴

De acuerdo con informes proporcionados por el ingeniero Antonio Serhant Rodríguez -amigo personal del director de la Academia, señor Arias- esta escuela fue la realización de un viejo anhelo de don Manuel, quien ya desde antes de la revolución de 1910 enseñaba oralmente conocimientos de telegrafía y radiotelegrafía de manera informal.³⁵

La Academia Marconi fue una escuela sencilla, a nivel técnico, que reclutó a cientos de jóvenes con deseos de conocer las comunicaciones inalámbricas y de prepararse para ingresar en alguna de las estaciones de TSH o como radio-operadores en los barcos.

La escuela del señor Arias tuvo, también, una infraestructura sencilla. Establecida en un local que estaba ubicado en las calles 57 y 58 del centro de Mérida, la Academia Marconi contaba con varias mesas, llaves y telégrafos pequeños para cada uno de los alumnos; así como con un enorme reproductor de sonido y una estación receptora de chispa.

Esta Academia funcionó ininterrumpidamente hasta el año de 1973, fecha en la que don Manuel Arias, inquieto

³⁴ Mooser, Pablo, Op. cit., p. 183

³⁵ Entrevista realizada al ingeniero Antonio Serhant Rodríguez, el 22 de mayo de 1992.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

radioaficionado, la clausuró "porque ya estaba cansado", según afirmó el ingeniero Serhant.

La existencia de esta escuela y su trayectoria demuestra la necesidad de crear centros de capacitación en el área de comunicaciones inalámbricas, en tanto que fue cerrada por cuestiones personales, más que por falta de demanda.

2. LOS RADIOAFICIONADOS Y SU PROPIA CAPACITACION

El desarrollo de las comunicaciones inalámbricas en el mundo; los múltiples experimentos y logros de inquietos hombres como Guillermo Marconi, Lee De Forest (inventor de la válvula termoionica o bulbo) y Reginald A. Fessenden, entre otros; así como las diversas noticias que de ellos empezaron a aparecer en la prensa nacional, a principios de este siglo, no sólo alentaron al sector gubernamental a iniciar los primeros experimentos de radiotelegrafía en México, sino que, también, representaron un estímulo para los investigadores mexicanos para intentar repetir las experiencias logradas en Europa y Estados Unidos.

Por iniciativa propia estos investigadores, a lo largo y a lo ancho del territorio nacional, se dieron a la tarea de construir sus propios equipos, o bien, a adquirirlos de alguna compañía que los fabricara comercialmente, con el fin de efectuar pruebas y experimentos que fueron casi paralelos a los realizados por el Estado mexicano.

Pero, ¿quiénes eran estos hombres? ¿De dónde surgió su interés por las comunicaciones inalámbricas? ¿Cómo tuvieron acceso a los conocimientos básicos de esta área? ¿De qué manera influyeron en la preparación, a nivel técnico, de los primeros hombres de la radio mexicana?

Estos hombres fueron grandes entusiastas que se vieron contagiados por la inquietante maravilla de la comunicación eléctrica inalámbrica más importante del

2. LOS RADIOAFICIONADOS Y SU PROPIA CAPACITACION

151

El desarrollo de las comunicaciones inalámbricas en el mundo; los múltiples experimentos y logros de inquietos hombres como Guillermo Marconi, Lee De Forest (inventor de la válvula termoionica o bulbo) y Reginald A. Fessenden, entre otros; así como las diversas noticias que de ellos empezaron a aparecer en la prensa nacional, a principios de este siglo, no sólo alentaron al sector gubernamental a iniciar los primeros experimentos de radiotelegrafía en México, sino que, también, representaron un estímulo para los investigadores mexicanos para intentar repetir las experiencias logradas en Europa y Estados Unidos.

Por iniciativa propia estos investigadores, a lo largo y a lo ancho del territorio nacional, se dieron a la tarea de construir sus propios equipos, o bien, a adquirirlos de alguna compañía que los fabricara comercialmente, con el fin de efectuar pruebas y experimentos que fueron casi paralelos a los realizados por el Estado mexicano.

Pero, ¿quiénes eran estos hombres? ¿De dónde surgió su interés por las comunicaciones inalámbricas? ¿Cómo tuvieron acceso a los conocimientos básicos de esta área? ¿De qué manera influyeron en la preparación, a nivel técnico, de los primeros hombres de la radio mexicana?

Estos hombres fueron grandes entusiastas que se vieron contagiados por la inquietante maravilla de la comunicación eléctrica inalámbrica más importante del

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

siglo XX: la radio. Hombres que por su interés "en el estudio y la práctica de las técnicas de las radiotelecomunicaciones con el fin de aprender y conocer esta actividad, con un carácter no lucrativo y sí de autoentretimiento"³⁶, fueron conocidos como radioaficionados.

En nuestro país, como se ha podido notar, los radioaficionados surgieron, precisamente, en los albores de la radiocomunicación, al influjo del desarrollo de este campo a nivel nacional e internacional. Su papel dentro del ámbito de la preparación del personal técnico para la radio como medio de difusión fue básico, en tanto que de la radioafición emergieron los primeros técnicos e ingenieros que impulsaron el pleno establecimiento de la radio mexicana.

En la historia de la radioafición podemos distinguir dos etapas:

1ª Desde los inicios de la radiocomunicación en México hasta la inauguración oficial de la radiodifusión privada, mexicana, en calidad experimental, en 1921. Lapso en el que predominaron los radioaficionados estrechamente ligados al quehacer científico.

2ª De 1921 a 1930, año de despegue de la radio mexicana. Durante este periodo la característica fundamental de los

³⁶ Fuentes, Gloria, "La Radiodifusión", en: Historia de las comunicaciones y los transportes en México. SCT, México: 1988, p. 189.

NIVEL TECNICO

radioaficionados fue el aspecto comercial y empresarial de sus objetivos; característica que finalmente se impuso en la radiodifusión mexicana.

A) LOS PRIMEROS RADIOAFICIONADOS Y SUS VINCULOS CON EL QUEHACER CIENTIFICO.

Tal como lo hemos señalado arriba, los primeros radioaficionados que surgieron en México fueron hombres que de una u otra forma tuvieron una estrecha relación con la ciencia y, por tanto, ya contaban con conocimientos básicos de electricidad. Conocimientos que al contacto con la efervescencia de la época impulsaron, además del desarrollo de la radiocomunicación, la inauguración, en calidad experimental, de la radiodifusión mexicana y la formación de los primeros técnicos de radio.

Como un ejemplo de lo anterior tenemos que los primeros radioaficionados, según los registros de la historia³⁷, fueron dos profesores de física: Manuel Medina Bonilla, del Instituto de Ciencias de Zacatecas, y el presbítero Santiago Saldaña, del Colegio de San Ildefonso, de Mérida, Yucatán.

En 1906, cuando en el país existían sólo dos estaciones de radiotelegrafía y dos más estaban en proceso

³⁷ Nos referimos a la historia de la radioafición que realizó Pablo Mooser, un radioaficionado, para la Liga Mexicana de Radioexperimentadores en 1982, Op. cit.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

de construcción, don Manuel Medina Bonilla y su hijo, Manuel Medina Peralta, construyeron un transmisor de chispa con el que "efectuaron diversos experimentos en el Laboratorio de Física del Instituto, donde mejoraron continuamente sus equipos hasta que lograron cubrir una distancia aproximada de 200 metros".³⁸

Por su parte y en su propia región, el presbítero Santiago Saldaña impulsado también por el deseo de experimentar los logros de los radioaficionados extranjeros, instaló en 1913 -con la ayuda de sus alumnos Pedro Solís Arjona, Manuel Arias Luján y Eduardo Martínez Cantón- dos estaciones radiotelegráficas. Una de ellas estaba ubicada en el mismo Colegio y la otra en la casa número 509 de la calle 62 de Mérida, la cual distaba 500 metros de la anterior, con la que mantenía constante comunicación.

El éxito de las transmisiones fue tal, que días más tarde este grupo de aficionados instaló otra estación en el número 500 de la calle 25 de Itzamná -domicilio del estudiante Eduardo Martínez Cantón- con la que se logró cubrir una distancia de 4 kilómetros.

Los estudiantes de los centros docentes de la época también fueron de los primeros aficionados que se interesaron por participar en la fiebre de la radioexperimentación.

³⁸ Mooser, Pablo, Op. cit., p. 7.

NIVEL TECNICO

Tal fue el caso del grupo de jóvenes de la Escuela Nacional Preparatoria, encabezados por Enrique Vaca, Manuel Doblado, Manuel Perusquía, Ramiro Robles y Vicente Lombardo Toledano, quienes desde 1918 se dieron a la tarea de construir, con material modesto e improvisado³⁹, equipos de radiotelegrafía en sus domicilios particulares, con los que lograron comunicaciones, entre sí, a distancias de hasta 20 kilómetros.

Gran parte del éxito de estos experimentos se debió a que no fueron realizados individualmente, sino a través de la organización que los mismos alumnos crearon: la Liga de Radiotelegrafía, agrupación pionera en su género.

Como integrantes de esta liga, los estudiantes tenían el derecho de utilizar el laboratorio-taller que habían montado en un anexo de la Preparatoria, así como la obligación de aportar la cuota mensual de un peso para la compra de instrumentos y materiales, con los que construían sus equipos de radio (transmisores y receptores) y hacían modificaciones a los que lograban adquirir.

Sin embargo, la experiencia de este grupo duró poco tiempo, ya que sus integrantes, al terminar sus estudios de preparatoria, tomaron diversos caminos. Unos dirigieron sus pasos a la Universidad Nacional y otros a la Escuela Nacional de Ingenieros.

³⁹ Merchan Escalante, Carlos, Op. cit., p. 80.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En 1920 se registró otro caso similar de radioaficionados relacionados con el quehacer científico en el Colegio Francés de México, donde los alumnos Francisco Castro Herrera, Carlos González, Carlos Palomino, Ramiro Robles y Jorge Peredo realizaron pruebas de transmisión y recepción con equipos que se habían recibido en el Colegio para el Laboratorio de Física, los cuales estaban destinados a ser utilizados en las prácticas de demostración de los fenómenos físicos de la radio o telegrafía sin hilos, como se le llamaba entonces.⁴⁰

Incluso de este mismo género de radioaficionados fueron los hombres que instalaron e hicieron funcionar a la primera estación de radiodifusión en México, el 27 de septiembre de 1921: el médico militar Adolfo Enrique Gómez Fernández y su hermano, el dentista Pedro Gómez Fernández.

Dos radioaficionados que por sus profesiones tuvieron contacto con el método científico y con los avances técnicos de la época. "Dos hombres enamorados de la ciencia y la técnica de aquellos días. Dos científicos que pasaron muchas horas construyendo e ideando aparatos eléctricos e instrumental médico".⁴¹

Los radioaficionados de esta primera etapa, sin duda, fueron hombres que no surgieron de la nada, en tanto ya contaban con los conocimientos básicos que sus profesio-

40 Mooser, Pablo, Op. cit., p. 11.

41 Gálvez Cancino, José Felipe, Op. cit., p. 110.

NIVEL TECNICO

nes, estudios o actividades les proporcionaban. Muchos fueron hombres preparados, muchos jóvenes en proceso de formación, y todos: radioaficionados que procuraron una capacitación personal y constante dentro del área de la radiocomunicación, a la que sus conocimientos les dieron acceso.

Radioaficionados que impulsados por sus deseos de saber y experimentar este nuevo quehacer de la ciencia no cesaron de trabajar hasta llegar a logros como el del doctor Gómez Fernández, no obstante los problemas que surgieron en los primeros años de la radiocomunicación:

- El decreto del presidente Carranza del 19 de octubre de 1916, en el que se estableció la prohibición de instalar estaciones de radiotelegrafía particulares, sin la previa autorización del gobierno. Decreto que favorecía al Estado para tomar posesión de "todos los aparatos, máquinas, accesorios de la instalación de que se trata"⁴², en caso de infringir esta ley;
- las constantes confiscaciones de equipos de radiotelegrafía por parte del Ejército Federal o la Secretaría de Guerra y Marina, a causa de la inestabilidad política del país;
- y, sobre todo, porque a los conocimientos básicos de radiotelegrafía sólo tenían acceso círculos muy reducidos

⁴² Merchan Escalante, Carlos, Op. cit., p. 77.

o especializados, como los que aquí hemos descrito.

B) LOS RADIOAFICIONADOS Y SUS OBJETIVOS COMERCIALES.

Esta segunda etapa de la radioafición mexicana inició con la ruptura y la división de los radioaficionados en dos sectores: los experimentadores, con objetivos puramente técnicos y científicos; y los empresarios, con fines comerciales. Del primer sector surgieron los que hoy conocemos como radioexperimentadores y del segundo los radiodifusores de nuestros días.

Tal ruptura ocurrió en 1922, un año después de las demostraciones radiales del doctor Gómez Fernández y del regiomontano Constantino De Tárnava, cuando muchos de los radioaficionados empezaron a incursionar en la radiodifusión.

Para ese momento, los radioaficionados del país habían comenzado a agruparse con el fin de constituir una organización a través de la cual promoverían sus intereses.

Así, el 6 de julio de 1922 surgió la Liga Mexicana de Radio, un organismo que tuvo como objetivo estimular el intercambio de experiencias técnicas de sus mismos integrantes, quienes eran "radiodifusores que tenían as-

NIVEL TECNICO

piraciones empresariales en esta actividad; radiotelegrafistas, y radiotelefonistas".⁴³

La Asamblea Constitutiva de esta Liga tuvo lugar en el Colegio Francés, y en ella fue designada la primera mesa directiva de la organización, la cual quedó integrada de la siguiente manera:

PRESIDENTE: Ing. Salvador F. Domenzáin
(radioexperimentador 1D)
SECRETARIO: Manuel Doblado
(radioexperimentador 1G)
TESORERO: José Pérez Lebrija
VOCALES: José M. Velazco
(radioexperimentador 1M)
José Peredo (radioexperimentador
1P)
Manuel Perusquía
(radioexperimentador 1B)

Esta primera asamblea, como se puede apreciar, estuvo dominada por una mayoría de radioaficionados dedicados a la experimentación, lo cual le dio a la organización una primera orientación más científica que comercial.

Sin embargo, dado que el grupo promotor de la formación de la Liga estaba integrado por radiodifusores con objetivos propiamente comerciales, éstos no se detuvieron hasta que seis meses después reorganizaron a la

⁴³ Mejía Barquera, Fernando, Op. cit., p. 35.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Liga: elaboraron nuevos estatutos y cambiaron su mesa directiva. En ella figuraron:

PRESIDENTE:	Vicente Lombardo Toledano
SECRETARIO:	J. N. Velasco
TESORERO:	Enrique Hubard
VOCAL TECNICO:	Salvador F. Domenzáin (radioexperimentador)
VOCAL DE PUBLICIDAD:	Felipe Sierra.

Con tales cambios, los radioaficionados experimentadores perdieron terreno y espacios dentro de la organización. No obstante, el desplazamiento definitivo lo vivieron en marzo de 1923, cuando la Liga Mexicana de Radio se fusionó con el Club Mexicano de Radio y el Centro de Ingenieros, para dar origen a la Liga Central Mexicana de Radio (LCMR).

La LCMR no fue "una simple asociación de aficionados a la radiodifusión, sino una organización a través de la cual los radiodifusores impulsaron y defendieron sus intereses. Pero además, fue una organización en la cual el impulso a la radiodifusión comercial fue evidente".⁴⁴

A partir de este momento el grado más elevado de la radiocomunicación en su nivel técnico, la radiodifusión, fue dominado por hombres que sin ser propiamente profesionales contaban con conocimientos logrados por su afición personal a la radio y, básicamente, por la capa-

⁴⁴ Ibidem., p. 36.

NIVEL TECNICO

citación profesional obtenida durante su estancia en los Estados Unidos.

Hombres que gracias a su capacitación a nivel técnico en el vecino país del norte, construyeron e instalaron las primeras plantas transmisoras de las principales estaciones radiodifusoras comerciales.

Antes de empezar a ejemplificar esta situación, es preciso aclarar, primero, que la relación aparentemente circunstancial de capacitación en los E.U.-radio comercial, no lo es tanto. La realidad es que los hombres que se capacitaron en los Estados Unidos además de adquirir los conocimientos técnicos más novedosos de la época en materia de radiocomunicación, hicieron suyo, también, el modelo de producción estadounidense. De aquí que esta relación se volvió una constante de los hombres de esta segunda etapa de la radioafición mexicana.

Claros ejemplos de lo anterior los encontramos en hombres como Constantino De Tárnava, José de la Herrán Pau, Raúl y, finalmente, Emilio Azcárraga; éste último hombre de gran talento que con la creación de la XEW abrió un parteaguas en la historia de la radiocomunicación mexicana.

1909 fue uno de los años más importantes en la vida de Constantino De Tárnava, debido a que por su precoz interés mostrado en la construcción del equipo utilizado para transmitir mensajes, es finalmente enviado a los Es-

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

tados Unidos a estudiar la carrera de ingeniero electricista. De regreso a su natal Monterrey, De Tárnava instaló -en 1919- una estación experimental a la que bautizó como "TND: Tárnava Notre Dame", en la que el 9 de octubre de 1921 realizó el primer programa vivo de estudio y la segunda transmisión radiofónica en México.

Por su parte, don José de la Herrán Pau fue un hombre que también tuvo la oportunidad de empaparse de los conocimientos más frescos, en materia de radiocomunicaciones, durante su estancia en los Estados Unidos de 1920 a 1922. Gracias a ello, no sólo obtuvo logros personales, sino también pudo servir de guía en la formación de muchos otros técnicos de la radio mexicana.

Hablando del proceso de capacitación técnica de este personaje, se sabe que inició sus estudios en la materia, cuando estuvo en Baltimore, bajo la vigilancia del doctor Félix Cabello en la Universidad "John Hopkins", en un intento por continuar sus estudios profesionales; estudios que no pudo concluir por problemas familiares. Hubo, entonces, de ponerse a trabajar haciendo instalaciones eléctricas para un contratista de apellido Valdivia. Esta actividad le permitió entablar contacto con radioexperimentadores aficionados y semiprofesionales como Tom McNulty, propietario de la planta 3VS y el dueño del emisor WJ, William Jones.

Tales actividades, aunadas a las lecturas de periódicos y revistas que De la Herrán Pau se dedicó a

NIVEL TECNICO

hacer durante este tiempo, lograron proporcionarle una preparación que rindió sus primeros frutos en 1923, al instalar, con ayuda del coronel José Fernando Ramírez, la estación experimental "JH" para la Secretaría de Guerra y Marina, con la que se alcanzaron las hazañas ya descritas en el apartado anterior.

Meses más tarde De la Herrán ayudó al ingeniero José J. Reynoso, director-gerente de la fábrica de cigarros "El Buen Tono", a instalar técnicamente la planta de la CYB, hoy XEB, la "B" Grande de México.

De la misma manera, instaló la estación del periódico "El Mundo" en 1924. Y la XEW en 1930.

El éxito de tales instalaciones radicó -como nos explicó el ingeniero Tomás Guzmán Cantú, pionero de las radiocomunicaciones mexicanas- en la estructura de las plantas y las potencias que se pudieron alcanzar, únicas en América. Construcciones que durante muchos años fueron orgullo nacional a nivel mundial.⁴⁵

Finalmente, nos encontramos con el caso de los hermanos Azcárraga que es, al mismo tiempo, similar y diferente a los descritos anteriormente.

Es similar en tanto, de alguna manera, se ven influenciados por el modelo de producción radiofónica es-

⁴⁵ Entrevista realizada al ingeniero Tomás Guzmán Cantú, el 15 de mayo de 1992.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

tadounidense. Y es diferente porque el móvil que los lleva hasta ese país no es el mismo: mientras De Tárnava y De la Herrán viajan para estudiar una carrera, los hermanos Azcárraga acuden en 1922 y 1930 -Raúl y Emilio, respectivamente- con el fin específico de conocer la forma de hacer radio en los Estados Unidos.

En 1922 Raúl Azcárraga, después de haber conversado con Sandal S. Hodges, coronel del Ejército norteamericano y agente de ventas de la compañía Ford, sobre la necesidad de instalar una estación radiofónica en México, viaja a Texas, al Campo Militar de Sam Houston, donde recibe capacitación técnica sobre la materia⁴⁶. A su regreso funda la estación "La Casa del Radio", que después vincula al periódico "El Universal".

Por su parte, Emilio Azcárraga en 1930, interesado en promover la venta de aparatos receptores de radio que hacía su empresa (México Music S.A., filial de la RCA), viaja a los Estados Unidos para conocer el modelo de radio de ese país y para adquirir, en Nueva York, una planta de 5 mil watts.⁴⁷

A partir de este momento (1930) se inicia el auge de la radiodifusión mexicana, basada en el modelo estadounidense de producción y comercialización que se generalizó a raíz de la instalación, funcionamiento y éxi-

46 Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión..., Op. cit., p. 89.

47 Fuentes, Gloria, Op. cit., p. 66.

NIVEL TECNICO

to de la XEW, la obra más importante de don Emilio Azcárraga.

Y a partir de este año empieza otro capítulo de la historia de la capacitación técnica del personal de la radio que será el tema del próximo apartado de este estudio.

C) LOS RADIOAFICIONADOS COMO EXPERIMENTADORES.

Después del golpe marginal que recibieron los radioaficionados experimentadores en marzo de 1923, esta actividad sufrió una seria recaída que se manifestó en el nivel más bajo de su desarrollo durante los años veinte.⁴⁸

No fue sino hasta 1932 -10 de enero- cuando por fin empezaron a recuperar terreno con respecto a la radiodifusión, al fundar la Liga Mexicana de Radioexperimentación, aprobándose sus primeros estatutos y mesa directiva. A lo largo de ese año la Liga Mexicana de Radioexperimentación logró su ingreso -como sociedad miembro- a la International Amateur Radio Union (IARU). Y desde 1933 inició la afiliación de los primeros clubes regionales que comenzaron a surgir en diversos puntos del territorio nacional.

48 Mooser Pablo, Op. cit., p. 66.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

El nacimiento de estos radioclubes permitió fortalecer a la radioafición como una actividad de experimentación, ya que no sólo permitió fortalecer la defensa de los intereses de los propios radioaficionados, sino que desde 1934 se empezó a pensar en promover la capacitación de sus miembros.

En este sentido, fue el Club de Radioexperimentadores de Veracruz el que por vez primera contó en su Mesa Directiva con un Director Técnico encargado de la estación del Club y de impartir clases teórico-prácticas a los aspirantes a obtener un certificado de aptitud como aficionado, así como de resolver dudas y problemas técnicos de los socios.⁴⁹

Sin duda alguna, toda esta preocupación permitió a los aficionados no sólo fortalecer a la radioexperimentación como actividad, sino también, elevar el nivel de calidad de sus transmisiones. Asimismo les dio la posibilidad de marchar siempre a la vanguardia de los adelantos tecnológicos, de lo cual ya se obtuvieron los primeros resultados positivos: el lanzamiento del satélite "Oscar X", con el que se logró una cobertura a nivel mundial a un costo menor del 10% con respecto a los aparatos comerciales.

Algo que le ha faltado a la radiodifusión mexicana y a su máximo órgano representativo.

⁴⁹ *Ibidem.*, p. 87.

3. LA ESIME: FORMADORA DE LOS PRIMEROS INGENIEROS EN COMUNICACIONES ELECTRICAS DURANTE LA EPOCA DE ORO DE LA RADIO MEXICANA.

167

Gracias al intenso trabajo realizado por los radioaficionados en la década de los años veinte, la radiodifusión mexicana pudo consolidarse profesionalmente en los años treinta e iniciar un vuelo que alcanzó su nivel más alto en la siguiente década.⁵⁰

Después de los éxitos y logros alcanzados en los años veinte:

- Primera transmisión de radio como medio de difusión;
- "Primer programa vivo de estudio", como diría el investigador Felipe Gálvez Cancino;
- Construcción e instalación de la primera estación de difusión cultural en el territorio nacional: la JH;
- Primer programa de complacencias con patrocinador comercial: de 9 a 11 de la noche, el 10 de mayo de 1923, se tocaron piezas a petición del público en la estación "La Casa del Radio-El Universal Ilustrado", como una cortesía de la Casa Sanborn's de México⁵¹;
- Primer noticiario y reportaje radiofónicos;
- Primera Feria de Radio,
- Y la inauguración de la CYB (hoy XEB), la más antigua de las difusoras de radio profesionales de México; los años

⁵⁰ Fuentes, Gloria, Op. cit., p. 71.

⁵¹ Ibidem., p. 50

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

treinta se perfilaron como los años de mayor auge en la radiodifusión a nivel nacional.

1930 fue el año de despegue de la radio en México, como asegura la investigadora Fátima Fernández, no sólo por la fundación de la XEW en el centro del país, sino porque en ese mismo año salieron al aire emisoras establecidas en diversos puntos del territorio nacional: la XET en Monterrey, N.L.; la XEU en Veracruz, Ver.; la XEFC en Mérida, Yuc.; la XEJ en Ciudad Juárez, Chih.; y la XES en Tampico, Tamps., entre otras.⁵²

En dos años, de 1928 a 1930, el número de radiodifusoras en el país se duplicó de 17 a 32, respectivamente.⁵³

La efervescencia de la radiodifusión y la instalación de estaciones con un carácter profesional, con una programación continua y más permanente, hizo evidente la necesidad de contar con un centro de formación de cuadros técnicos, que no solamente se centraran en la construcción y la instalación de las emisoras, sino también en el mantenimiento constante que cualquier planta de transmisión, con potencias de elevados voltajes, requería.

Recordemos que para 1930 el grupo de radioaficionados ya se había dividido en radioexperimentadores y radiodifus-

⁵² Fernández Christlieb, Fátima, La radio mexicana. Centro y regiones, Ed. Juan Pablos, México: 1991, p. 36.

⁵³ México a través de los informes..., Op. cit., p. 414.

NIVEL TECNICO

sores. Estos últimos formaron un selecto conjunto que técnicamente dio vida a las estaciones de radio, protagonistas de la época de oro de la radiodifusión mexicana: XEB, XEW, XEQ y XEX. Estaciones que años más tarde sirvieron de base para la creación de la industria radiofónica nacional.

De este grupo destacaron: José de la Herrán Pau, técnico empírico que participó en la construcción e instalación de las plantas de transmisión de la JH, XEB, XEW y XEQ; Genaro Martínez Martínez, Antonio Serhant Rodríguez, responsables técnicos de la XEW, al lado de Filiberto Solís Cervantes, quien también formaba parte del cuerpo técnico de la XEB y la XEQ en los años 30 y 40; los hermanos Juan C. Buchanan, responsable técnico de la B hasta su muerte, y Walter C. Buchanan, auxiliar técnico de la B, autor de la instalación de la planta de transmisión y la antena direccional, de siete torres, de la XEX y, años más tarde (1958-1964), titular de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

La participación de estos hombres en la instalación y construcción de dichas estaciones fue muy importante. De hecho aunque muchos de ellos no habían cursado alguna carrera técnica -como el mismo De la Herrán- pronto se volvieron especialistas en la materia, haciéndose indispensables, incluso, para cualquier emisora que pretendiera iniciar bien sus transmisiones.

En este sentido, los logros alcanzados por este grupo

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

fueron muchos. Construyeron e instalaron equipos de transmisión "enormes, de potencias superiores a 50 mil watts, casi todos, que no se facturaban ni en los Estados Unidos"⁵⁴. Impulsaron la época de mayor auge de la radiodifusión en México, "gracias a las potencias alcanzadas, que permitieron mayor calidad en las emisiones y un radio de incidencia tan amplio como el de la XEW, que se llegó a escuchar en todo el continente americano".⁵⁵

Sin embargo, y a pesar de tales éxitos, siguió existiendo un vacío en el ámbito técnico de la radio mexicana. Vacío que sólo hombres como José de la Herrán o Walter Buchanan tuvieron la posibilidad y la capacidad de apreciar: falta de continuidad y sistematización de los conocimientos para formar técnicos encargados de las plantas de transmisión, que por los niveles de sus potencias resultaban peligrosas fuentes de energía.

Es decir, si bien cuando la radiodifusión se inició en el país no existía una demanda considerable de personal técnicamente preparado, conforme fue avanzando el tiempo y la fiebre radiofónica se generalizó, no fue posible que los pocos hombres especializados cubrieran tal demanda. En muchos de los casos éstos últimos sólo se limitaron a construir e instalar las plantas transmisoras, en tanto el mantenimiento y la responsabilidad quedaba en manos de otras personas.

54 Entrevista realizada al ingeniero Tomás Guzmán Cantú, el 15 de mayo de 1992.

55 Entrevista realizada al ingeniero José de la Herrán, hijo, el 18 de mayo de 1992.

NIVEL TECNICO

Personas que según explicaciones del ingeniero Antonio Serhant Rodríguez, actual asesor de transmisiones de la XEW, de no contar con los conocimientos técnicos requeridos en cada planta, de acuerdo con su nivel de voltaje, no podrían cumplir con tal responsabilidad.⁵⁶

En este sentido para intentar remediar esta carencia, el señor José de la Herrán Pau instaló, con la autorización del gerente de la W, Othón Vélez, un laboratorio de investigación en la planta de la estación, durante los primeros años de los 40. En este laboratorio el señor De la Herrán Pau -al lado de su hijo del mismo nombre- preparó y capacitó a los doce radioperadores que la planta de esta potente emisora (100 mil watts) necesitaba.

De acuerdo con los relatos del propio De la Herrán hijo, quien para estas fechas ya era jefe de radioperadores de la planta de la W, todos los radioperadores de esta estación eran seleccionados cuidadosamente.

Antes de ser contratados se les solicitaba la licencia que otorgaba la entonces Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP); acto seguido, se les aplicaba un examen especial que abarcaba: conocimientos generales de radio (electrónica); principios de funcionamiento de los bulbos; conocimientos de radio-

⁵⁶ Entrevista realizada el 22 de mayo de 1992.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

frecuencia; así como cuestiones prácticas de circuitos, de diagramas, de conexiones, del funcionamiento y la teoría de operación de los transmisores de la XEW, fabricados en México.

De esta forma los técnicos responsables de la planta de la W capacitaron al personal que se encargó del buen funcionamiento y de la calidad técnica de las transmisiones de una de las radiodifusoras más importantes del país.

Por su parte el ingeniero Walter C. Buchanan, al lado del ingeniero y doctor Manuel Cerrillo Valdivia, planeó y echó a andar el proyecto de crear la carrera de *Ingeniería en Comunicaciones Eléctricas*, con el fin de formar personal, en general, para las comunicaciones de la época y, en particular, para las plantas transmisoras de radio, cuyo auge era cada vez mayor.⁵⁷

Tal proyecto fue puesto en marcha en 1936 en la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME); una escuela pública, dependiente del Departamento de Enseñanza Técnica de la Secretaría de Educación Pública (SEP), a la que podía tener acceso todo aquel que tuviera interés en las comunicaciones eléctricas.

57 Historia del Instituto Politécnico Nacional. I.P.N., México: 1960, p. 18.

NIVEL TECNICO

**A) ANTECEDENTES:
DE LA ESCUELA NACIONAL DE ARTES Y OFICIOS PARA
VARONES (1867) A LA ESCUELA SUPERIOR DE INGENIERIA
MECANICA Y ELECTRICA (1932).**

La historia de la educación técnica en México registra como primer antecedente de la ESIME a la Escuela Nacional de Artes y Oficios para Varones, creada por el presidente Juárez en 1867, como el primer centro educativo industrial del país, el cual estaba ubicado en el edificio de lo que fuera el Convento de San Lorenzo, en el número 38 de la calle de Allende, en el Centro de la ciudad de México.

De acuerdo con la memoria de la Secretaría de Justicia e Instrucción Pública⁵⁸, esta escuela empezó a funcionar desde su inauguración, con toda regularidad, impartiendo los talleres de herrería, carpintería, alfarería, tornería, cantería, topografía, radiografía, galvanoplastia y fotografía, con un número total de 455 alumnos, de los cuales 47 estaban becados por el gobierno federal y provenían de diversos estados de la República.

Después de haber sufrido diversas modificaciones en cuanto a la supresión y reintegración de las actividades

⁵⁸ Esta Secretaría es el antecedente directo de lo que hoy es la Secretaría de Educación Pública.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

prácticas en los talleres, la vida de la Escuela Nacional de Artes y Oficios para varones expiró en 1915, cuando el presidente provisional, Venustiano Carranza, por medio de un decreto, la transformó en Escuela Práctica de Ingenieros Mecánicos y Electricistas (EPIME).

Las carreras que se impartieron en la EPIME, "de carácter esencialmente prácticas"⁵⁹, fueron tres: de obrero (herrería, tornería, fundición y carpintería), con una duración de tres años; de automóviles y obreros mecánicos o electricistas, de 4 años; y de ingenieros mecánicos o electricistas, de 6 años. Para poder cursarlas se requería tener más de 14 años de edad, contar con aptitud física para el trabajo de los talleres, estar vacunado, tener buena conducta y presentar certificado de Educación Primaria Elemental (4 años).

La característica principal de estas carreras fue que la educación que proporcionaban era "a la vez técnica y práctica, (sin embargo, la práctica era) objeto de una atención especial y (comprendía) una serie de ejercicios graduados para la construcción, ajuste, instalación, manejo, conservación y reparación de toda clase de organismos y maquinaria tanto mecánica como eléctrica, así como todo lo que se refiere a los talleres de automóviles".⁶⁰

59 "Plan de estudios de la Escuela Práctica de Ingenieros Mecánicos y Electricistas", en: Diario Oficial, México: 2 de agosto de 1916.

60 Ibidem.

NIVEL TECNICO

Y así quedó establecido en todos los programas de estudio, al finalizar el listado de las asignaturas.

En 1921 la EPIME registró importantes cambios. De su nombre original se suprimió la palabra "práctica" porque, según nos explicó el ingeniero Guzmán Cantú⁶¹, se consideró como innecesaria. Así la EPIME, a partir de esta fecha se llamó Escuela de Ingenieros Mecánicos y Electricistas (EIME).

Pero eso no fue todo. La naciente EIME al poco tiempo modificó su plan de estudios original en su nivel profesional.

Las carreras de ingeniería mecánica e ingeniería eléctrica, que en un principio estuvieron separadas, se fusionaron en una sola: ingeniería mecánica-eléctrica, debido a "la íntima relación que existe entre ellas y... a las necesidades de generar profesionales con amplio radio de acción, aumentando así las posibilidades de actuar técnica y productivamente en el proceso industrial naciente en México".⁶²

Once años después, en 1932, la EIME cambió dos veces de nombre. Siendo jefe de la sección técnica el ingeniero Carlos Vallejo Márquez, egresado de la EIME, la escuela

61 Actualmente el ingeniero Tomás Guzmán Cantú escribe la historia más completa que se haya realizado sobre la ESIME y sus antecedentes, con documentos inéditos de cada etapa de esta escuela.

62 García Burciaga, Margarita, subdirectora académica de la ESIME Zacatenco, Desarrollo histórico curricular de la carrera de "Ingeniería en Comunicaciones Eléctricas y Electrónica", en la ESIME del IPN, 1936-1992. ESIME-AMICEE, México: 1992.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

adoptó el nombre de Escuela Superior de Mecánica y Electricidad (ESME). Y finalmente, en mayo de ese mismo año el jefe del Departamento de Enseñanza Técnica, Luis Enrique Erro le dio el nombre que lleva hasta la fecha: Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME).⁶³

Hasta 1932 la ESIME conservó los planes y programas de estudio que habían quedado establecidos desde 1921.

No fue sino hasta 1936 cuando se dieron las transformaciones más significativas de los últimos años en esta unidad docente: la incorporación de la ESIME al entonces recientemente creado Instituto Politécnico Nacional (IPN); la separación, nuevamente, de las carreras de ingeniería mecánica y eléctrica; y la creación de dos especialidades más: *ingeniería en comunicaciones eléctricas* (que posteriormente se transformó en ingeniería en comunicaciones y electrónica) e *ingeniería en aeronáutica*.

¿Cómo y por qué surgió la especialidad de ingeniería en comunicaciones eléctricas? ¿Cuál fue su repercusión en el ámbito de la capacitación radiofónica a nivel técnico? En los siguientes renglones abordaremos estas cuestiones.

⁶³ Ibidem.

NIVEL TECNICO

B) UNA CARRERA PROFESIONAL PARA LOS RESPONSABLES DE LAS PLANTAS TRANSMISORAS DE RADIO.

En 1936 el desarrollo de las radiocomunicaciones eléctricas o inalámbricas en México había tomado nueva fuerza gracias al auge de la radiodifusión, el cual precisamente ocurrió durante la década de los 30 y los primeros años de los 40.

Este auge se puede comprobar al mirar las cifras proporcionadas por la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP): en 1930 había 32 emisoras en diversos puntos del territorio nacional; cinco años después ese número había avanzado más allá del doble, a 71 estaciones; otro lustro más tarde esa cifra se había elevado a 118 plantas de radio en operación; finalmente, en 1946 el número de estaciones de radiodifusión llegó a ser de 240.⁶⁴

La consecuencia directa de este hecho fue el aumento de la demanda de técnicos en comunicaciones eléctricas. Así, mientras en 1936 las plantas de radio proporcionaban trabajo a 99 operadores, una década después, en 1946, el número de dichos empleados, sumado al de los obreros, era de 2,414.⁶⁵

Dentro de este marco de desarrollo surgió en 1936 la carrera de Ingeniería en Comunicaciones Eléctricas en la

⁶⁴ México a través de los informes..., Op. cit., p. 414-422.

⁶⁵ Ibidem., pp. 416 y 420.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME), bajo los auspicios del entonces director de este centro de enseñanza, el doctor e ingeniero Manuel Cerrillo Valdivia y el ingeniero Walter C. Buchanan -uno de los radioperadores de la XEB- quien había terminado sus estudios en 1932 (cuando la ESIME todavía era EIME), desempeñando, al mismo tiempo, el cargo de profesor.

La combinación de estas dos personalidades: la decisión y la academia de Cerrillo Valdivia y la preparación y práctica técnica de Buchanan dio como resultado un primer plan de estudios para la nascente profesión, con una duración de tres años, el cual estuvo vigente de 1936 a 1945.

Dicho plan comprendía la enseñanza de materias básicas como Matemáticas, Física, Hidráulica y Termodinámica; laboratorios y asignaturas propias de las comunicaciones eléctricas de la época (radiotelegrafía, radiotelefonía y radiodifusión): Teoría de Comunicaciones, Teoría y Proyecto Centrales, Teoría de Radiación y Antenas, Laboratorio de Cables y Circuitos, y Líneas de Comunicación. (Ver Cuadro 9)

Los resultados de este proyecto se hicieron patentes al egresar la primera generación de ingenieros en comunicaciones eléctricas en los primeros años de 1940⁶⁶. Nada más para mostrar la importancia que tuvo esta unidad

⁶⁶ Esta primera generación estuvo integrada inicialmente por 10 alumnos, de los cuales sólo 3 se titularon como ingenieros: Guillermo Hernández, Jesús Robles y Tomás Guzmán Cantú.

CUADRO No. 9

PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN COMUNICACIONES ELECTRICAS, 1936		
PRIMER AÑO 33 HORAS/SEMANA	SEGUNDO AÑO 33 HORAS/SEMANA	TERCER AÑO 37.5 HORAS/SEMANA
MAT. SUPERIORES 3/80	TEORIA DE LOS CIRCUITOS 3/80	PROY. DE MAQ. ELECT. 6/160
FISICA SUPERIOR 3/80	MAQ. DE CORRIENTE ALTERNA Y LAB. 6/160	ECONOMIA 1S 6/160
TEO. DE LA CORRIENTE ALTERNA 3/80		ORGANIZACION INDUSTRIAL 1S 3/40
HIGIENE Y SEG. INDUSTRIAL 3/80	MAQUINAS DE CORRIENTE CONTINUA Y LABORATORIO 6/160	TEO. DE COMUNICACIONES Y LAB. 6/160
TOPOGRAFIA 6/160		TEO. Y PROYECTO DE CENTRALES 6/160
TERMODINAMICA 1S 3/80	LAB. DE ENSAYO DE MATERIALES 4.5/120	TEO. DE RADIACION Y ANTENAS 3/80
MAQ. TERMICAS 2S 3/40	RESISTENCIA DE MAT. PRIMER CURSO 4.5/120	LAB. DE CABLES Y CIRCUITOS 4.5/120
HIDRAULICA 1S 3/40	ELECTRONICA 3/80	PROYECTO DE MAQ. ELECTRICAS 6/160
MAQ. HIDRAULICAS 2S 3/40	TEORIA DE LAS ONDULACIONES 3/80	LINEAS DE COMUNICACIONES 3/80
TEC. DE MAT. ELEC. 3/80	APARATOS DE SEÑALES 3/80	
MECANICA RACIONAL 3/80		

Fuente: Subdirección Académica de la ESIME Zacatenco, 1992.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

docente y la nueva carrera, diremos que fue precisamente ahí en la ESIME, durante sus años como estudiante, cuando el ingeniero Tomás Guzmán Cantú recibió la invitación del ingeniero Walter C. Buchanan para participar como radioperador en una de las estaciones más antiguas de México: la XEB.

Es decir, la radio se empezó a nutrir de los primeros ingenieros en comunicaciones eléctricas, gracias no sólo al auge de este medio de difusión, sino también, como explica el mismo Guzmán Cantú⁶⁷, gracias a que fuera de ese ámbito el resto del mercado de trabajo era muy pobre.

En los años de la época de oro de la radiodifusión⁶⁸, para trabajar como ingeniero en comunicaciones eléctricas sólo existían tres posibilidades: la Dirección General de Telégrafos Nacionales (DGTN), en donde el sindicato cerró sus filas a los egresados porque "no toleraba que un muchacho joven, preparado, fuera a llegar a un punto mayor dentro de la institución"⁶⁹; las compañías Telefónica Ericsson y Telefónica Mexicana, en las que había pocas oportunidades debido a que los egresados requerían un entrenamiento adicional en las propias centrales telefónicas, pues la escuela no tenía material telefónico suficiente para proporcionar una enseñanza más completa en este ámbito; y, finalmente, las emisoras de radio en pleno crecimiento.

67 La relación del Ing. Guzmán Cantú con la ESIME y la ingeniería en comunicaciones no se reduce a sus años como estudiante, también abarca sus 34 años como docente en dicha institución.

68 Nos referimos, como ya se ha señalado, a los años 30 y 40.

69 Declaraciones del ingeniero Tomás Guzmán Cantú.

NIVEL TECNICO

La radio entonces resultó ser el área de trabajo alternativa a la que se dirigieron muchos de los egresados de esta carrera, según nos informó el ingeniero Guzmán Cantú.

Posteriormente, con el tiempo y las experiencias, el plan de estudios original de esta especialidad sufrió los primeros cambios importantes de su historia.

En 1945 el plan anual de tres años pasó a ser de cuatro. De la misma forma, cambió el nombre de la carrera por el de Ingeniería en Comunicaciones Eléctricas y Electrónica, el cual volvió a ser modificado en 1958 por el de Ingeniería en Comunicaciones y Electrónica, conservando la misma estructura curricular.

Este plan de estudios -vigente hasta 1967- muestra una clara diversidad en la preparación que se proporcionaba a los estudiantes.

A diferencia del plan de 1936, que surgió cuando la radio estaba en pleno despegue y por ello se centró en los aspectos más importantes que giraban en torno a este medio, el plan de 1945 contempló, además de ello, asignaturas de Televisión -que ya empezaba a maravillar al mundo-, de Rayos X, Cine Sonoro, Telefonía y Telegrafía alámbrica. (Ver Cuadro 10)

Esto con el fin de proporcionar una preparación más amplia en cuanto al ámbito técnico de todas las radiocomu-

CUADRO No. 10

PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN COMUNICACIONES ELECTRICAS Y ELECTRONICA, 1945 Y DE INGENIERIA EN COMUNICACIONES Y ELECTRONICA, 1958.			
PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO
CAL. VECT.	ACUSTICA 1	ACUSTICA 2	LAB. DE RECEP.
COMPLEMENTOS DE MATEMATICAS	ECUACIONES DIFEREN. 2	ELECTRONICA 2 Y APLIC. IND.	LAB. DE TELEVISION
EC. NUMERICAS DIFERENC. Y NOMOGRAMAS	ELECTRONICA PRIMER CURSO	LAB. DE MAQ. ELECTRICAS	LAB. DE TRANSMISION
FISICA SUPERIOR	LAB. DE ACUSTICA	LAB. DE RADIACION	SEM. DE RADIO NAVEGACION
LAB. DE ELECT. Y MAGNETISMO	MECANICA 2	LINEAS DE COMUNICACION	SEM. DE RAYOS X (OPCIONAL)
LAB. DE ELECTROMETRIA	SEM. DE HIST. DE LAS COMUN.	MAQUINAS ELECTRICAS	TECNICAS DEL CINE SONORO
MECANICA 1	SEM. DE TECH. DE ALTOS VACIOS	RADIACION Y PROPAGACION	TELEF. ALAMB. Y CENT. TEL.
SEMINARIO DE ELECT. Y MAG.	SEM. DE TOPOGR. Y PRAC.	SEM. DE TECN. DE LOS MAT.	TELEGR. ALAMB. Y CENT. TELEG.
SEMINARIO DE MUSICA	TEO. DE LOS CIRCUITOS 1	TEO. DE LAS COMUNICACIONES	TELEVISION
TEO. ELECTRO MAGNETICA 1	TEO. ELECTRO MAGNETICA 2	TEO. DE LOS CIRCUITOS 2	TEO. DE LOS CIRCUITOS 3
EDUCACION FISICA	EDUCACION FISICA	EDUCACION FISICA	TEO. Y PROY. DE RADIORECEPCION
			TEO. Y PROY. DE RADIOTRANS.
			EDUCACION FISICA

Fuente: Subdirección Académica de la ESIME Zacatenco, 1992.

NIVEL TECNICO

nicaciones existentes hasta ese momento y con ello, abrir el espectro de acción y el mercado de trabajo de los egresados.

Finalmente, las últimas modificaciones a este plan de estudios ocurrieron en 1967, como una respuesta a los avances técnicos de la época.

El plan de 1967 -vigente hasta 1992- muestra una tendencia a equilibrar la preparación meramente técnica con la humanística. Así, por ejemplo, encontramos que este plan además de considerar materias de acústica, electrónica y computación; también contempla la impartición de clases de economía y humanidades. (Ver Cuadro 11)

Asimismo, a la estructura curricular antes mencionada, le fueron agregadas cinco especialidades más: en Electrónica, Comunicaciones, Computación, Control y Acústica.

La tendencia moderna para los planes de estudio de la carrera en ingeniería en comunicaciones -a consolidarse en la década de los 90-, según declaraciones de la Subdirectora Académica de la ESIME Zacatenco, Ingeniera Margarita García Burciaga, gira en torno a fusionar el tronco común con otras carreras, agregar más cursos de computación e integrar un proyecto de titulación y actualización de planes y programas de estudio.

CUADRO No. 11

PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN COMUNICACIONES Y ELECTRONICA, 1967-1992.					
SEMESTRE	MATERIAS				
PRIMER	MAT I 6 HORAS	FIS I 8 HORAS T/L	QUIM I 8 HORAS T/L	PROYECTO I 4 H.	HUMANI I 4 H
SEGUNDO	MAT II 6 HORAS	FIS II 8 HORAS T/L	QUIM II 8 HORAS T/L	PROYECTO II 4 H.	ECONOMIA I 4 H.
TERCER	MAT III 6 HORAS	FIS III 8 HORAS T/L	TEO. CIRC I 6 H.	MET. NUM. 4 H.	HUMANI II 4 H.
CUARTO	MAT IV 6 HORAS	FIS IV 8 HORAS T/L	TEO. CIRC II 6 H.	TEO ELEC. 8 H. T/L	ECONOMIA II 4 H.
QUINTO	MAT V 6 HORAS	ELECT I 8 HORAS	TEO. CIRC III 6 H.	TEO ELEC. 8 H. T/L	METROLOG 4 H. T/L
SEXTO	ACUST. I 6 HORAS	ELECT II 8 H T/L	CONV.ENE. 6 H.	TEO ELEC. 8 H. T/L	ECON III 4 H.
SEPTIMO	ACUST. II 6 HORAS	ELECT III 8 H T/L	TEO.CONT. 6 H.	TEO. COM. 6 H.	COMP I 8 H. T/L
OCTAVO	ELECT IV 6 H. T/L	OPC T/L	OPC T/L	OPC T/L	OPC T/L
NOVENO	OPC T/L	OPC T/L	OPC T/L	OPC T/L	OPC T/L

Fuente: Subdirección Académica de la ESIME Zacatenca, 1992.

NIVEL TECNICO

El fin de estas transformaciones es muy específico: proporcionar a los medios y sistemas de comunicaciones modernos, personal técnico más profesional y lo mejor capacitado posible.

PAGINACION VARIA

COMPLETA LA INFORMACION

4. LA SCOP, LA SCT Y LA PARTICIPACION GUBERNAMENTAL EN LA CAPACITACION TECNICA DE LA RADIO.

Para concluir con el capítulo dedicado a los aspectos técnicos de la capacitación radiofónica, se analizará en este apartado la intervención del Estado en este ámbito, a través de la dependencia gubernamental encargada de regular -por lo menos en teoría- el funcionamiento de los medios de difusión: la Secretaría de Comunicaciones. Podemos distinguir dos etapas en la historia de esta Secretaría:

1ª De 1891 a 1958, como Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP).

2ª De 1959 a la fecha, como Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT).

En el marco de ambas etapas, la Secretaría de Comunicaciones -para nuestro tema de estudio- ha desempeñado dos tipos de funciones: órgano de capacitación y órgano normativo.

Como órgano de capacitación creó escuelas y centros que un primer momento proporcionaron cursos sobre radiocomunicación a todas las personas que tuvieran interés en la materia; posteriormente, tales cursos fueron diseñados especialmente para el personal de la misma Secretaría.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Sin embargo, en materia de capacitación radiofónica la función más importante de la Secretaría de Comunicaciones es la que ha desempeñado como órgano normativo.

No sólo porque a través de los diversos reglamentos que ha emitido ha procurado que los radioperadores⁷⁰, cuenten con un mínimo de conocimientos esenciales para la realización de su trabajo, sino porque, principalmente, vía los mismos reglamentos, la Secretaría de Comunicaciones se ha delegado el derecho de normar el funcionamiento de las estaciones radiodifusoras.

Un derecho que no ha sido bien aprovechado en pro de la profesionalización de la actividad radiofónica.

En el presente apartado revisaremos cuáles han sido las acciones realizadas por la Secretaría de Comunicaciones como órgano de capacitación y como órgano normativo en el marco de sus dos etapas históricas de SCOP Y SCT.

A) 1891-1958: EL PERIODO DE LA SCOP.

La Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas

⁷⁰ En este apartado los términos "radioperadores" y "operadores" serán utilizados indistintamente para referirnos a los encargados del funcionamiento técnico de una planta de transmisión radiofónica. Mientras que en los capítulos siguientes llamaremos "radioperadores" a quienes realizan la actividad antes descrita y "operadores" al personal responsable de enviar la señal desde una cabina de radio.

NIVEL TECNICO

(SCOP) nació oficialmente el 13 de mayo de 1891, "con el fin de agrupar los elementos dispersos que se ocupaban de atender los diversos servicios de comunicación nacional y las construcciones de interés público".⁷¹

Servicios de comunicación que durante la mayor parte del siglo XIX tuvieron un lento desarrollo, obstaculizado por la difícil orografía del país, la inestabilidad política y la descapitalización progresiva. Recordemos que en menos de 50 años, México sufrió dos invasiones extranjeras, revueltas internas y, finalmente, el derrocamiento del gobierno constitucional.

No fue sino hasta la etapa del porfirismo (1877-1910), gracias a las múltiples concesiones que el gobierno otorgó a las compañías extranjeras, como se logró impulsar un rápido desarrollo de las comunicaciones nacionales.

Mismas que por vez primera fueron reunidas en una sola instancia para su administración.

En sus primeros años la SCOP estuvo integrada por doce ramos: Correos Internos; Vías Marítimas de Comunicación o Vapores; Faros; Unión Postal Universal; Telégrafos; Teléfonos; Ferrocarriles; Monumentos; Carreteras; Calzadas y Puentes; Lagos y Canales; Consejería y Obras con el Palacio Nacional y de Chapultepec, y Desagüe del Valle de México.

⁷¹ México a través de los informes., Op. cit., Introducción.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Con ello, sustituyó en cuanto a funciones a la Secretaría de Fomento, la cual desde 1853 se había encargado de la construcción y reparación de caminos, así como de la administración de los telégrafos, la incipiente telefonía y los ferrocarriles nacionales.

Y asumió, también, las funciones que hasta esa fecha (1891) tuvo a su cargo la Secretaría de Gobernación en cuanto a la administración del sector Correos.

Una de las primeras acciones de la recién creada SCOP fue la inauguración de la Escuela Nacional de Telegrafía⁷² en 1898, el primer centro de carácter "nacional" que nació con el fin de capacitar al personal facultativo que laboraba en Telégrafos Nacionales, el sector de las comunicaciones más demandado y de mayor desarrollo de la época.⁷³

La importancia de la creación de esta escuela dentro del ámbito de la capacitación radiofónica, resulta del hecho de que fue en este espacio educativo donde por vez primera -en 1917- se impartió una clase sistematizada de radio, llamada "RADIO TEORICO-PRACTICA", como complemento de la formación de los telegrafistas.

⁷² La fecha oficial de la inauguración de la Escuela Nacional de Telegrafía es el 10 de enero de 1898. Para mayor información sobre esta escuela y los cursos que impartía, remitirse a los primeros apartados de este capítulo o al texto de: Cárdenas de la Peña, Enrique, Op. cit.

⁷³ En la última década del siglo XIX los medios de comunicación de mayor auge, fueron los ferrocarriles y los telégrafos. Estos últimos, sin embargo, se desarrollaron con más rapidez que los primeros, debido a las dificultades económicas que se enfrentaban para construir y reparar toda una línea ferroviaria.

NIVEL TECNICO

En la Escuela Nacional de Telegrafía no se llegó nunca a impartir una carrera que específicamente preparara a técnicos en radiodifusión; sin embargo, a lo largo de su historia siempre mantuvo asignaturas o cursos complementarios relacionados con esa área.

De esta manera, los técnicos egresados de la Escuela Nacional de Telégrafos fueron casi siempre material humano preparado y aprovechable, también, para emplearse en las plantas transmisoras de las estaciones de radio. Aunque como ya se explicó en los primeros apartados de este capítulo, esto sólo sucedió durante los albores de la radiodifusión mexicana.

Tal fue el papel que jugó la SCOP durante su periodo de vida, como órgano de capacitación.

En cambio, como órgano normativo la SCOP tuvo una mayor actividad, originada por las rápidas transformaciones y los avances técnicos registrados en las radiocomunicaciones a partir de la década de los veinte, los cuales tuvieron que ser reglamentados.

En 1923 el gobierno del presidente Alvaro Obregón, tal como lo explica el investigador Fernando Mejía Barquera, "al no llegar a ningún arreglo con todos los aspirantes a instalar cadenas de estaciones de radio,... decidió impulsar la expansión de la radiodifusión a través de la fórmula que ya había anunciado en 1922, es decir,... concediendo facilidades a los particulares para que esta-

blecieran las (estaciones) suyas".⁷⁴

Esta decisión del general Obregón de otorgar concesiones para operar estaciones de radiodifusión⁷⁵, tuvo como consecuencia directa la necesidad de que el gobierno empezara a dictar leyes para normar el uso de tales concesiones.

Después de que la Liga Central Mexicana de Radio presentara su proyecto de reglamento para regir el funcionamiento de las estaciones de radio -el 11 de mayo de 1923-, el periódico "El Universal" publicó -el 9 de junio de ese mismo año- el acuerdo al que habían llegado el presidente de la República y la SCOP para reglamentar el envío y la recepción de los mensajes radiofónicos de las estaciones particulares.⁷⁶

De este acuerdo reglamentario destacan para nuestro tema de estudio, dos premisas:

1º "Los particulares... estarán obligados a encargar el manejo y funcionamiento de sus estaciones a operadores de nacionalidad mexicana, quienes se sujetarán, previamente, a un examen de la Dirección General de Telégrafos"⁷⁷

74 Mejía Barquera, Fernando, Op. cit., p. 29.

75 "La práctica de otorgar concesiones para operar vías generales de comunicación comenzó a ser realizada desde el siglo XIX basada en la Constitución de 1857 que estableció la facultad del Estado para someterlas al régimen concesiones, lo que empezó a ocurrir con los teléfonos y los telégrafos": Mejía Barquera, Fernando, Op. cit., p. 21.

76 "Las estaciones radiofónicas particulares", El Universal, México: 9 de junio de 1923, p. 1 y 3.

77 *Ibidem*.

NIVEL TECNICO

29 "La Secretaría de Comunicaciones por medio de empleados dependientes de la Dirección de Telégrafos ejercerá la debida vigilancia tanto de las instalaciones como del funcionamiento y servicio de las estaciones radiotelefónicas que se establezcan o se hubiesen establecido, quedando obligados sus propietarios, en cualquier tiempo, a permitir el acceso a esos empleados a sus estaciones y a proporcionarles los datos e informes necesarios para el cumplimiento de su cometido"⁷⁸

A partir de la primera premisa quedó establecida la necesidad de contar con un personal calificado -vía un examen- que se encargaría de operar las plantas de transmisión de las estaciones de radio. Aunque no se precisaban las condiciones ni la forma exacta en que se calificaría a dicho personal.

Por otra parte, en la segunda premisa se estableció lo que ya habíamos esbozado en el principio de este apartado: el Estado se autodelegó el derecho de vigilar el funcionamiento de las estaciones de radio y obligó a los propietarios de las mismas a proporcionar la información que sus representantes les solicitaran.

Ahora bien, estas dos premisas con el transcurso del tiempo y el desarrollo de la radiodifusión fueron cambiando y se hicieron un poco más precisas.

El 10 de julio de 1933, cuando la radiodifusión estaba en pleno auge, el Diario Oficial publicó el "Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de

78 Ibidem.

Vías Generales de Comunicación".⁷⁹

Un reglamento que como su título lo indica, tuvo como objetivo central, regular al Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación⁸⁰, de la que retomó la clasificación de las estaciones de radio en cuatro tipos: comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados.

Y de donde, también, surgieron las categorías, establecidas por este reglamento, para los radioperadores:

1. Radiotelefonistas (1ª y 2ª): operadores encargados de las estaciones radiodifusoras de 50 watts en adelante.
2. Experimentadores: operadores encargados de las estaciones de experimentación científica.
3. Aficionados (1ª, 2ª y aspirantes): operadores encargados de estaciones de aficionados con potencias inferiores a los 50 watts y hasta de 1,000 watts.

Si se deseaba el certificado de aptitud con categoría de Radiotelefonista -de acuerdo con el Reglamento de 1933-

⁷⁹ Este reglamento constaba de siete capítulos: Clasificación y Definiciones; De las estaciones radiodifusoras comerciales; De las estaciones radiodifusoras culturales; De las estaciones de experimentación científica y de aficionados; De los operadores; Disposiciones generales, y Sanciones.

⁸⁰ La Ley de Vías Generales de Comunicación fue expedida el 31 de agosto de 1931.

NIVEL TECNICO

era necesario demostrar que se poseían conocimientos y aptitudes de:

- I. Electricidad, magnetismo y radiocomunicación (Teórico-prácticos).
- II. Radiotelefonía (Teórico-prácticos).
- III. Práctica en el manejo, ajuste y operación de aparatos radiotelefónicos.
- IV. Conocimientos de las Leyes y Reglamentos de Radiocomunicación.

Los grados de Radiotelefonista de 1ª y 2ª, eran determinados por los puntos que se obtenían en cada prueba. Si las calificaciones variaban de 8 a 10 puntos en cada prueba, la categoría era de 1ª. Y si las calificaciones obtenidas en cada caso variaban entre 6 y 8 puntos, la categoría era de 2ª.

En tanto, el examen de aptitud para experimentadores y aficionados era menos específico y un poco más largo. Estaba compuesto de seis pruebas:

- I. Conocimientos generales, teórico-prácticos de electricidad y magnetismo.
- II. Conocimientos generales teórico-prácticos de radiocomunicación.
- III. Conocimientos especiales teóricos de radiocomunicación, de cualquiera de las siguientes áreas: Telegrafía, Telefonía, Imágenes y Asuntos Especiales.
- IV. Práctica en el manejo, ajuste y operación de aparatos de radiocomunicación, especialmente del área elegida, de las del punto anterior, por el aspirante.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

V. Aptitud para transmitir y recibir por telégrafo 10 palabras, de 5 letras cada una, por minuto.

VI. Conocimiento de Leyes y Reglamentos de Radiocomunicación.

Para obtener el certificado con categoría de "Experimentador", se requería haber alcanzado la calificación de 8 puntos en las seis pruebas. Para ser "Aficionado de 1ª", 7 puntos en las cinco primeras pruebas y 8 en la última. El "Aficionado de 2ª" necesitaba obtener 5 puntos en las cuatro primeras pruebas, 6 en la quinta y 8 en la sexta. En tanto que el "Aficionado aspirante" requería de obtener 3 puntos en las cinco primeras pruebas y 5 en la última, por esta razón este tipo de certificado no podía ser renovado, por lo que el aspirante, antes de cumplirse el año, tenía que someterse a un nuevo examen con el fin de obtener la categoría de "Aficionado de 2ª" y no perder su derecho a ser radioperador.

Estos exámenes eran aplicados por técnicos de la Oficina de Radiocomunicación de la SCOP o por particulares de reconocida competencia, quienes eran designados por el Jefe del Departamento de Telégrafos. Según el criterio de este jurado, las pruebas podían ser orales, escritas o prácticas y no tenían una duración determinada.

En ningún caso se señalaba si los aspirantes a radioperadores debían tener algún nivel específico de estudios (primaria, secundaria, etc.).

NIVEL TECNICO

Tal parece que desde entoces la Secretaría de Comunicaciones sólo se dedicaba a examinar y a otorgar o negar los certificados. La preparación del aspirante era tema aparte y la mayoría de las veces se realizaba en la misma práctica: los radioperadores con más experiencia enseñaban a sus ayudantes, para que después éstos presentaran su examen de aptitud.

De aquí surge la importancia del último artículo de este reglamento, dedicado a los radioperadores, en el que se establece un tiempo de validez de 3 años para los certificados, los cuales para ser revalidados, conservando la misma categoría, era necesario "presentar *constancia fehaciente*⁸¹, a juicio de la Secretaría de que en los últimos tres meses el interesado ha desarrollado actividades correspondientes al grado cuya revalidación solicite".⁸²

Cierto es el hecho de que los certificados no fueran vitalicios resultaba ser ya una ventaja, pues de alguna manera obligaba a los radioperadores a mantenerse activos y actualizados para renovar su certificado. Sin embargo, la imprecisión de "CONSTANCIA FEHACIENTE" provoca desconfianza, pues hace pensar que dicha constancia pudiera ser como la que hoy exige la Secretaría de Comunicaciones a los radioperadores para revalidar su licencia: sólo su firma.⁸³

81 El subrayado es mío.

82 "Reglamento del Libro VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación", en: Diario Oficial, México: 10 de julio de 1933, p. 116.

83 Datos proporcionados por el ingeniero Antonio Serhant, actual asesor de transmisiones de la XEW, el 22 de mayo de 1992.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Tres años después -el 30 de diciembre de 1936- fue publicado el "Reglamento de las Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados".⁸⁴

Este reglamento abrogó al de 1933, y en términos de capacitación radiofónica intentó actualizarlo y complementarlo, aunque en esencia conservó los mismos lineamientos:

- Exigía certificado de aptitud para todos los radioperadores.
- Clasificaba a los radioperadores en tres tipos: radiotelefonistas, experimentadores y aficionados.
- No les exigía ningún nivel de preparación.
- El examen de aptitud, básicamente, exigía los mismos requisitos: conocimientos teórico-prácticos de electricidad y magnetismo; conocimientos teórico-prácticos de radiocomunicación; y conocimientos de leyes y reglamentos de radiocomunicación.

En cuanto al tiempo de validez del certificado también se conservó el mismo rubro: 3 años. Y para la revalidación, el reglamento de 1936 establecía: "basta con presentar *constancia suficiente*⁸⁵ a juicio de la Secretaría de que en los últimos tres meses el interesado ha desarrollado satisfactoriamente actividades correspondientes al grado cuya revalidación solicite...", y agrega: "... y que tiene conocimientos de los progresos

⁸⁴ "Reglamento de las estaciones radioeléctricas comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados", en: Diario Oficial, México: 30 de diciembre de 1936, p. 6-13.

NIVEL TECNICO

de la radiocomunicación, en aquellos aspectos que competen a los operadores".⁸⁶

En este caso el término que utilizó la SCOP para señalar la forma de renovación de certificados de aptitud para radioperadores fue el de "*CONSTANCIA SUFICIENTE*", que de igual forma resulta tan vago e impreciso como el del reglamento anterior. Y de la misma manera pudo o no garantizar que el radioperador no se había estancado, desde la preparación de su examen, y que había estado actualizándose constantemente.

Finalmente, durante el periodo de vida de la SCOP, el gobierno de la República emitió el "Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados", el 20 de mayo de 1942, que a su vez, abrogó al de 1936.

No obstante las aportaciones novedosas del reglamento de 1942 -con respecto a los anteriores-, en materia de capacitación radiofónica éstas fueron mínimas; resultado, básicamente, del crecimiento de la industria radiofónica y no del deseo de actualizar el diseño y las exigencias de un examen que fue concebido y planeado en las circunstancias y necesidades de una década atrás.

En primer término señalaba que no todos los radioperadores de una planta de transmisión debían contar

⁸⁵ El subrayado es mío.

⁸⁶ "Reglamento de Estaciones Radioeléctricas...", Op. cit., p. 10.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

con certificado de aptitud que correspondiera al grado de la potencia de la estación:

"Las estaciones... deberán tener por lo menos un operador (radioperador) responsable de la clase que corresponda a la potencia de su estación... pudiendo ser los demás de categoría inferior"⁸⁷

Establecía, además, un sistema de escalafón para poder obtener el certificado de aptitud de radiotelefonistas de primera clase, autorizados para manejar estaciones de cualquier potencia.

Planteaba que los radiotelefonistas de segunda clase podían obtener certificado de primera, sólo si tenían seis meses de práctica en estaciones de más de 10,000 watts o un año de desempeñarse como radioperador responsable de cualquier estación de hasta 1 KW. De igual forma, los radiotelefonistas de tercera tenían la posibilidad de obtener el certificado de segunda, si contaban con la experiencia antes referida.

Asimismo, el reglamento de 1942, era el único que presentaba un solo examen para radiotelefonistas, experimentadores y aficionados, sin hacer especificaciones especiales para cada una de las diferentes categorías.

Y de la misma manera que los reglamentos anteriores, éste exigía: conocimientos teórico-prácticos de radiotele-

⁸⁷ "Reglamento de las estaciones radiodifusoras comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados", en: Diario Oficial, México: 20 de mayo de 1942, p. 1.

NIVEL TECNICO

fonía; conocimientos teórico-prácticos de electricidad y magnetismo; y conocimientos de las leyes y reglamentos de radiodifusión.

En cuanto a la facultad de la Secretaría de Comunicaciones de vigilar el funcionamiento de las estaciones de radio, ésta se hizo legalmente explícita hasta el reglamento de 1942, en el que se dedicaba el Título Cuarto para hablar "*De los interventores*", de sus características y sus funciones.

A diferencia del reglamento de 1936 que sólo señalaba que "para ejercer el debido control y vigilancia en el funcionamiento y explotación de las estaciones radiodifusoras comerciales, la Secretaría de Comunicaciones nombrará para cada estación un interventor, cuyos emolumentos serán pagados por los concesionarios..."⁸⁸, el reglamento de 1942 establecía, además:

"Para ser interventor se requiere tener conocimientos generales de radiocomunicación y especiales de la legislación de la materia"⁸⁹

Y agregaba como obligaciones de los interventores:

1. Revisar y autorizar diariamente los programas de la estación.
2. Vigilar que el personal de radioperadores y anunciado-

⁸⁸ "Reglamento de Estaciones Radioeléctricas...", Op. cit., p. 7.

⁸⁹ "Reglamento de Estaciones Radiodifusoras...", Op. cit., p. 7.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

dores⁹⁰ contarán con la correspondiente autorización de la SCOP.

3. Rendir mensualmente un informe del personal de la estación.
4. Vigilar el cobro de los servicios de anuncios y propaganda.
5. Vigilar la rendición de los ingresos brutos de la estación.
6. Levantar actas y consignar irregularidades que se cometieran en el funcionamiento de las estaciones.
7. Vigilar el cumplimiento estricto de la ley.

La creación de la categoría de "interventores" tuvo su origen en el pago del impuesto del 5% sobre los ingresos brutos de las estaciones radiodifusoras, creado por la Ley de Impuestos; impuesto que entró en vigor a partir del reglamento de 1933.⁹¹

En este mismo reglamento de 1933, se hablaba también de las "visitas de inspección", pero no se definía cómo y quién las iba a hacer efectivas.

En tanto, en el reglamento de 1936, se mencionaba ya la categoría de "*Interventores*", como los elementos autorizados para vigilar el pago de las obligaciones contables y administrativas de los concesionarios.

⁹⁰ Los anunciadores son el antecedente de los locutores de hoy. En el siguiente capítulo hablaremos de ellos.

⁹¹ "Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación", Op. cit., p. 113.

NIVEL TECNICO

Desde 1936 la categoría de "Interventores" empezó a tomar fuerza y relevancia. Por eso, para 1942, estos vigilantes del funcionamiento y la explotación de las concesiones de radio, se transformaron en la expresión más clara de un Estado que pretendía asumir el papel de órgano normativo y rector, de una actividad eminentemente formativa: la radiodifusión.

B) 1958-1994: EL PERIODO DE LA SCT.

Cuando el presidente de la República Adolfo López Mateos abrió las sesiones del Congreso de la Unión, el 12 de septiembre de 1959, anunció que durante su primer año de gobierno la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) había desaparecido para dar origen a las Secretarías de Obras Públicas y de Comunicaciones y Transportes.⁹²

¿La razón? El presidente López Mateos consideró que dado "el incremento demográfico y la amplitud actual de las tareas sociales y económicas del país"⁹³, la administración pública tenía que hacerse más específica con el fin de dar soluciones adecuadas a los problemas cada vez más complejos del país.

⁹² Oficialmente la SCT nació en 1958, durante el primer año de gobierno del presidente Adolfo López Mateos (1958-1964)

⁹³ México a través de los informes..., Op. cit., p. 315.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) surgió, entonces, de la necesidad de crear un organismo que se centrara sólo en la administración y la normatividad de las comunicaciones y los transportes nacionales.

En estas circunstancias, la SCT⁹⁴, como órgano de capacitación, concentró sus esfuerzos en preparar y especializar a su propio personal, como toda empresa que requiere de trabajadores aptos para enfrentar los cambios que imponen los nuevos años.

Por esta razón, el 4 de septiembre de 1973 creó la Escuela Nacional de Telecomunicaciones (ENTEL) -que sustituyó a la Escuela de Telecomunicaciones, creada en 1961- y en agosto de 1990, la Subdirección de Capacitación, de la cual dependen los ocho⁹⁵ Centros Regionales de Capacitación que operan desde 1991 a lo largo y a lo ancho del territorio nacional.

Por razones de espacio y de alcance de nuestro tema de estudio, sólo esbozaremos brevemente el trabajo que actualmente realizan dichos centros de capacitación, puesto que aunque poco tienen que ver con la capacitación radiofónica, su aportación en materia de preparación de

94 El primer director de la SCT fue el ingeniero Walter C. Buchanan, el mismo hombre que impulsó la creación de la carrera de ingeniería en comunicaciones eléctricas en la ESIME y que en 1961 creó el primer centro educativo de la SCT: la Escuela de Capacitación para Técnicos y Operadores de Microondas.

95 Los ocho centros están ubicados en el Estado de México, Nuevo León, Jalisco, Veracruz, Yucatán, Sonora, Oaxaca y Chihuahua.

NIVEL TECNICO

personal técnico en el área de las comunicaciones, es muy rescatable.

La ENTEL -desde su creación- se ha planteado como objetivos: capacitar y especializar personal para satisfacer la demanda de la SCT en materia de Telecomunicaciones; reducir la necesidad de comisionar personal para estudiar en otros países; y disminuir la necesidad de asesoría extranjera.

Para ello, ha organizado y desarrollado cursos elementales y de mediano y alto nivel, tanto en el área técnica como en la humanística y la administrativa⁹⁶. Paralelamente a estos cursos, la ENTEL ofrece conferencias y seminarios a todos los niveles, los cuales sirven de complemento a los primeros.

Desde 1981 la ENTEL ocupa un edificio en el Conjunto Telecomunicaciones (CONTEL), ubicado en Iztapalapa, donde se encuentran, entre otras instalaciones, los laboratorios de Microondas, Múltiplex, Telefonía, Corrientes Portadoras, Teleinformática, Transmisión Digital, Electrotecnia, Télex, Teleimpresores, Máquina de Combustión Interna, Propagación y Radiocomunicación.

Por su parte, la Subdirección de Capacitación de la

⁹⁶ La Escuela Nacional de Telecomunicaciones tiene establecidos cursos técnicos en cuatro niveles de capacitación, de acuerdo con las necesidades de las dependencias de la SCT: 1º Curso de Enseñanza General (11 meses); 2º Curso de Especialización para técnicos de nuevo ingreso (5 meses); 3º Cursos de Reentrenamiento para técnicos y empleados de la SCT sobre temas específicos; 4º Cursos de Reentrenamiento para ingenieros.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

SCT se ha encargado de organizar el trabajo de las escuelas de capacitación -ENELG y ENTEL- ya existentes en la SCT, y de crear un sistema de capacitación descentralizado, vía los ocho Centros Regionales de Capacitación, donde durante 1991 se impartieron 112 cursos de carácter administrativo y donde, también, se ha puesto en marcha el programa "Calidad Total 1992".⁹⁷

Como órgano normativo, en materia de capacitación radiofónica, la SCT se ha encargado de regular sólo el área técnica de las concesiones, a diferencia de la SCOP que llegó a normar no sólo el ámbito técnico, sino también el fiscal, el productivo, la programación y la comercialización de las estaciones radiodifusoras.

A partir de la promulgación y publicación de la Ley Federal de Radio y Televisión, en 1960⁹⁸, se estableció en el artículo 99, del Título Segundo, que corresponde a la SCT:

1. Otorgar y revocar concesiones y permisos de radio y televisión.
2. Declarar el abandono de trámite de las solicitudes de concesión o permiso.
3. *Autorizar y vigilar, desde el punto de vista técnico, el funcionamiento y operación de las estaciones y sus servicios.*⁹⁹

⁹⁷ Datos proporcionados por el Coordinador de Centros Regionales de Capacitación, Lic. Guillermo Macías Ortiz, julio de 1992.

⁹⁸ Ley Federal de Radio..., Op. cit.

⁹⁹ El subrayado es mío.

NIVEL TECNICO

4. Fijar el mínimo de tarifas para las estaciones comerciales.
5. Intervenir en actos que afecten el régimen de propiedad de las emisoras.
6. Imponer sanciones que correspondan a sus atribuciones.
7. Y las demás facultades que le confieran las leyes.

De esta manera, la acción y la incidencia de la SCT en la radiodifusión, se redujo. Y en materia de capacitación radiofónica sólo conservó intacta su función de expedir los certificados de aptitud para los radioperadores que manejan las estaciones eléctricas civiles.

De acuerdo con la Dirección General de Normatividad y Control de Comunicaciones de la SCT, el reglamento que permanece vigente hasta nuestros días en materia de certificados para radioperadores, es el que fue expedido en octubre de 1953.¹⁰⁰

Tal reglamento estableció cambios considerables con respecto a los anteriores. Entre los que destacan:

¹⁰⁰ "... la Dirección General de Normatividad y Control de Comunicaciones a la que le compete aplicar normas, políticas y disposiciones legales, técnicas o reglamentarias, para el establecimiento, uso y aprovechamiento de los servicios de telecomunicaciones, así como vigilar el cumplimiento de las mismas. Conscientes de la importancia que tiene la prestación de los servicios en materia de telecomunicaciones, correos y telégrafos, la Unidad de Apoyo Legal de la Dirección General de Normatividad y Control de Comunicaciones ha realizado un Compendio de Leyes, Reglamentos, Decretos, Acuerdos y Disposiciones Legales de carácter internacional que se encuentran dispersos, con objeto de integrar un documento que contenga los Ordenamientos Legales vigentes...", en: Compendio de Ordenamientos legales y técnicos en materia de comunicaciones, SCT, Dir. Gral. de Normatividad, México: 1988, Prólogo, p. 7.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

1º Clasifica a las estaciones radioeléctricas en ocho tipos: De radiodifusión; De experimentación; De aficionados; De comunicación privada; De aeronáutica; Marítimas; De servicios especiales, y Oficiales.

2º Divide a las estaciones de radiodifusión en: Estaciones de modulación de amplitud; Estaciones de frecuencia modulada; Estaciones de televisión, y Estaciones de facsímil.

3º Por primera vez exige a los aspirantes a radioperadores como requisitos para poder presentar su examen de aptitud: *"constancia de haber terminado su instrucción primaria y de los estudios que hubieren hecho sobre radiocomunicación;* así como el comprobante de haber cumplido, si es el caso, con la Ley del Servicio Militar Nacional".¹⁰¹

4º Establece que los exámenes para radioperadores versarán sobre: conocimientos teórico-prácticos de electricidad, magnetismo y radiocomunicación; conocimientos especiales teórico-prácticos de radiotelefonía; y conocimientos sobre los reglamentos especiales para el caso.

5º Señala que la vigencia de los certificados será de 3 años y para su revalidación *"basta con presentar constancia de servicios... de que en los últimos 3 meses... el interesado ha desarrollado satisfactoriamente*

¹⁰¹ Ibidem., p. 87.

NIVEL TECNICO

actividades en estaciones de la clase que ampare dicho certificado".¹⁰²

Como se puede apreciar el reglamento vigente contiene importantes modificaciones que nos hacen pensar que existe una mayor preocupación por elevar el nivel de preparación de los radioperadores, por parte de las autoridades. Sin embargo, valdría la pena tratar de actualizar, lo más posible, tal reglamento, tomando como base las circunstancias actuales de los propios radioperadores.

Por lo que respecta a la función de vigilancia que venía ejerciendo la Secretaría de Comunicaciones, ésta se redujo durante su etapa como SCT, al peritaje técnico de las estaciones permisionadas o concesionadas.

De acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, la SCT dejó de ser el organismo al que competía impulsar el nivel educativo y de preparación profesional de todo el personal de las estaciones de radio. Su ámbito de acción en esta materia es ahora sólo el que se refiere a la certificación de aptitudes de los radioperadores, tal como ya lo había realizado desde su primera etapa como SCOP.

¹⁰² Ibidem., p. 89.

CAPITULO III

*ORIGEN Y DESARROLLO DE LA
CAPACITACION RADIOFONICA:
NIVEL PRODUCTIVO.*

1. EL EMPIRISMO RADIOFONICO DE LOS AÑOS 30 Y 40.

"La radio es un instrumento de primer orden en esta educación que nos espera más allá de los años pueriles y juveniles, más allá de las escuelas, en el aire mismo de la vida, y que acompaña sin remedio toda nuestra existencia y la va modelando a lo largo de nuestros días".

El concepto de producción de la programación radiofónica, entendida como la planeación, diseño, realización y transmisión de contenidos, surgió al iniciar la década de los años 30, una vez que la difusión por radio superó la etapa experimental y alcanzó la profesional, con la fundación de la XEW, la emisora que generalizó el modelo de programación radiofónica comercial en nuestro país.

Desde ese momento nació la necesidad, en las radiodifusoras, de contar con personal especializado, capaz de desempeñar las funciones del área más creativa de la radio, la de producción.

Pero, ¿quiénes fueron las personas que en los albores de la radio como medio de difusión, realizaron el trabajo de dicha área de producción? ¿Qué procedimientos siguieron las emisoras para reclutar a este personal? ¿De qué manera se les capacitó para que pudieran desempeñar correctamente sus labores dentro de las emisoras?

1 Reyes, Alfonso, "La radio, como instrumento de la *paideia*", en: Reyes, Alicia, Cómo apreciar a Alfonso Reyes. Selección de textos, Panorama Editorial, México: 1990, p. 179.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

El origen y desarrollo de la capacitación radiofónica en su nivel productivo no registra avances considerables con respecto al nivel técnico, revisado en el capítulo anterior. Al contrario, siendo estrictos podremos apreciar -más adelante- cómo en el área de la producción radiofónica los procesos específicos de capacitación se realizaron de manera indirecta, tuvieron un carácter empírico -basados en la mera experiencia- y han dependido más -para su desarrollo- de la necesidad de los dueños de las emisoras de mantener una programación permanente y atractiva para el público y los anunciantes, que de la preocupación real de los radiodifusores por contar con un personal calificado para crear contenidos de calidad.

Así, a lo largo de la historia de la radio como medio de difusión masiva, ha sido el modelo de programación comercial el que ha determinado las necesidades de las otras áreas que confluyen en el funcionamiento y la estructura de la radio, incluyendo al proceso de selección y capacitación del personal creativo. No obstante, fue en los primeros años de vida de la radiodifusión cuando esta dependencia fue más evidente.

A) LA RADIO COMO ESPECTACULO.

La década de los 20 sentó las bases para el surgimiento de la etapa profesional, como medio de difusión masiva, de la radio mexicana. En ella no sólo se lograron avances significativos en cuanto a la técnica,

NIVEL PRODUCTIVO

también se registraron cambios en los ámbitos económico, político y social en el país, favorables para tal acontecimiento.

En lo económico, desde antes de 1929 se empezó a percibir un descenso en los índices de las finanzas nacionales, como resultado de la reducción de la producción petrolera y por los efectos de la gran depresión en los Estados Unidos. Lo cual, finalmente, desembocó en una crisis que abarcó todas las actividades económicas.

"Muchas empresas cerraron y otras se vieron en la necesidad de reducir su producción. Las medidas adoptadas por las empresas provocaron escasez de trabajo y por consiguiente el aumento de obreros desempleados, hecho que repercutió en la economía del país. De manera tal que el debilitamiento del poder de compra de grandes masas trabajadoras, provocado por el desempleo, los bajos salarios y el aumento del costo de la vida, éste último motivado principalmente por la crisis de la agricultura, afectó de forma considerable a la industria del país, la cual se vio envuelta de lleno en la crisis".²

Así, tal como lo afirma la investigadora Irma Lombardo García, surgió "el momento de que en México, al igual que lo puesto en práctica con óptimos resultados en

² Anguiano, Arturo, El Estado y la política obrera del cardenismo. Ed. Era, Col. Problemas de México, México: 1975, p. 15-29, Cit. por Lombardo García, Irma, Los orígenes de la radio en México y la influencia de la XEW en los años treinta. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPYS)-UNAM, México: 1984, pp. 74 y 75.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

norteamérica, se diera a conocer: la radio, por medio del anuncio publicitario debía ayudar a que las empresas redujeran sus pérdidas económicas por las mercancías que se encontraban almacenadas; era necesario imprimir velocidad al proceso de producción al reducir el tiempo entre la fabricación del bien y su consumo".³

Es decir, había llegado el momento -ante los efectos de la crisis económica que experimentaba el país- de encontrar un vehículo que redujera el ciclo de realización del capital. Era momento de que la radio mexicana asumiera la función -que hasta nuestros días sigue desempeñando- de crear y fortalecer un mercado de consumo masivo a través de la promoción de artículos, bienes y servicios que producían las empresas nacionales y extranjeras, tal como desde años atrás ya lo venían haciendo las radiodifusoras en las principales sociedades capitalistas.⁴

En cuanto a los ámbitos político y social, después de la lucha armada de 1910, el país vivió una época de reacomodo, la cual dio paso a una serie de transformaciones que culminaron con el establecimiento de la institucionalidad y la modernidad en la sociedad mexicana.

Modernidad que no sólo exigió la creación de grandes edificios, carreteras, aeropuertos, servicios públicos,

3 Lombardo García, Irma, Op. cit., p. 75.

4 Cfr. De Fleur L., Melvin y Ball-Rokeach J., Sandra, "La caja musical de la radio en los Estados Unidos", en: Teorías de la comunicación de masas, Ed. Paidós Comunicación, México: 1987, 2ª reimpresión, p. 116-131.

NIVEL PRODUCTIVO

avenidas, centros turísticos, etc. Hizo necesaria, además, la introducción de las más novedosas tecnologías a la vida cotidiana de los mexicanos.

"La gente había olvidado por fin los carros tirados por caballos. Incluso fueron retirados de las cocheras del Palacio Nacional. En su lugar vehículos automotores ganaban terreno sobre las calles y avenidas de la ciudad. Para 1930 circulaban 24,930 autos por el D.F., pero el país entero había importado 34,819 en sólo dos años, según datos de 1926. Por si esto no bastara, al concluir el decenio los mexicanos contaban ya con un partido -el más antiguo en nuestro medio- que aspiraba a representar a las masas trabajadoras del campo y las ciudades: el Partido Comunista Mexicano (PCM), fundado en 1919 por Nath Roy, José Allen, M. Paley y José Cayetano Valadés, entre otros, y un Partido Nacional Revolucionario (PNR), fundado en 1929, bajo cuyas siglas se agrupaban disciplinadamente los miembros de todas o casi todas las facciones revolucionarias aparecidas a lo largo de 20 años de guerra civil, abierta o sorda, en el país".⁵

La capital de la República triplicó su tamaño: su población alcanzó casi el millón de habitantes. Su paisaje se enriqueció con construcciones de gran dimensión y estilo modernista, vastos jardines, calles pavimentadas, avenidas, servicios públicos, estadios y clubes deportivos.

⁵ Gálvez Cancino, Felipe, Op. cit., p. 231.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

"Por ejemplo, el Estadio Nacional, cuya construcción de hierro y cemento capaz de contener a 20 mil espectadores, que lució donde después estuvo el recientemente desaparecido Multifamiliar Juárez. Fue en dicho estadio donde protestaron como presidentes de la República Plutarco Elías Calles, Emilio Portes Gil y Pascual Ortiz Rubio. En 1928 fue edificado el Frontón México. La ciudad contaba además con el Club Deportivo Chapultepec, el Polo Club de México, el Country Club y el Automóvil Club. El 20 de noviembre de 1929 fue inaugurado el Centro Social y Deportivo para Trabajadores Venustiano Carranza, en Balbuena".⁶

Asimismo, contaba con ocho salas de cine: Olimpia, Imperial, Palacio, Tacuba, Progreso Mundial, Granat, Teresa y Esperanza. Y varios teatros como El Principal, Fábregas, Ideal, Lírico, Politeama, De la Comedia, Regis e Iris, donde se concentraba toda la actividad artística y musical de la época.

Por otra parte, el mercado de receptores de radio se había extendido a varios estados de la República, y para los últimos años de la década de los 20 "había evolucionado notablemente. Los receptores de galena y los audífonos eran definitivamente cosa del pasado. En los periódicos se anunciaban radiolas superheterodinas contenidas en artísticos gabinetes de madera, y se leía la oferta de la casa Wagner de tomar pianos usados a cambio

⁶ Fuentes, Gloria, Op. cit., p. 33.

NIVEL PRODUCTIVO

de modernos radioreceptores de cuatro tubos"⁷. Esto gracias al trabajo que habían realizado las corporaciones extranjeras como la RCA, la NBC y la ITT, entre otras, fabricantes de equipo de radio, y sus filiales nacionales.

En el marco de estas transformaciones, avances y logros registrados en los diferentes ámbitos de la vida del país, nació -el 18 de septiembre de 1930- la XEW, la emisora moderna y organizada que Emilio Azcárraga Vidaurreta había proyectado crear "a semejanza de las que había visto funcionar con halagadoras perspectivas en el vecino país del norte"⁸. La emisora que inauguró la etapa profesional de la radio mexicana, cuyo énfasis recayó directamente en la programación y la comercialización. La emisora que popularizó -debido a su éxito- los cánones organizacionales, administrativos, de programación, producción y selección de personal entre el resto de las estaciones de radio del país que más tarde darían vida a la industria radiofónica nacional.

Estudiosos, funcionarios y empleados de la XEW coinciden en afirmar que el éxito de esta radiodifusora se basó en la forma en que fue concebida. Se trató de la primer emisora mexicana diseñada y planeada -a semejanza del modelo de radiodifusión estadounidense- como un negocio, cuyo funcionamiento y posterior desarrollo se logró a partir de la comercialización de su tiempo de transmisión, de la venta de su tiempo *al aire*.

⁷ Mejía Prieto, Jorge, Historia de la Radio y la Televisión en México. Octavio Colmenares, editor, México: 1972, p. 38.

⁸ Gálvez Cancino, Felipe, Op. cit., p. 222.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Recordemos que su creador, Emilio Azcárraga Vidaurreta fue uno de los personajes que más contacto tuvo con la radio norteamericana⁹. La influencia de este contacto se expresa claramente en el relato que hace con respecto a la forma en que concibió y diseñó su emisora:

"Era 1926 y la RCA se creyó amenazada por el auge radial, que podía dañar sus discos y acabar con el fonógrafo. Y entonces entró al negocio de la radio y empezó a mandarnos receptores. Yo los vendía por el Norte del país, pero allí no se oía México. Las estaciones que entonces había no pasaban de quinientos watts, no estaban organizadas en plan de negocio bien pensado... Cuando regresé de uno de mis viajes norteros, decidí con mi hermano Rogerio entrar al negocio radiofónico. Lo pensamos bien y pusimos manos a la obra... Mientras tanto observé cuál era el estado de las actividades radiofónicas en la capital. La emisora más oída era El Buen Tono, pero no estaba montada como negocio. Era aquello una especie de bohemia muy entretenida pero nunca podría progresar y desarrollarse. Apenas usaban el dinero. Una marca de cigarros empleaba aquella emisora para anunciar sus cigarros. A los artistas les pagaban regalándoles ciga-

9 En este capítulo, se podrá apreciar cómo también en el nivel productivo de la radiodifusión comercial mexicana, los avances que se lograron a partir de 1930 fueron impulsados por hombres que tuvieron un contacto muy estrecho con el modelo de producción de la radio estadounidense. En el nivel productivo -al igual que ocurrió con el nivel técnico- esta relación también se volvió una constante para estimular el desarrollo de la radio comercial de nuestro país. A lo largo de este capítulo seguirán apareciendo nombres de personajes, cuya capacitación radiofónica se efectuó en los Estados Unidos.

NIVEL PRODUCTIVO

rros, y los anunciantes pagaban a la emisora con mercancía".¹⁰

Entonces, dotó a la emisora con una planta de cinco mil watts de potencia, marca *General Electric*, con 100% de modulación, capaz de "conseguir que las ondas sonoras llegaran al mayor número de oyentes, venciendo las barreras del espacio y la distancia, con el fin de integrar un vasto auditorio tanto en la capital como en el interior del país".¹¹

Estableció un horario fijo de programación -hasta entonces desconocido en México- de ocho de la mañana a doce de la noche, sin dejar de transmitir un sólo día. Y diseñó -a semejanza de las estaciones de los Estados Unidos- emisiones integradas, básicamente, por programas musicales y de entretenimiento general.

Así lo constata la programación inaugural de la XEW en la que participaron la banda de policía, dirigida por el maestro Miguel Lerdo de Tejada; así como los compositores e intérpretes Josefina Aguilar, Juan Arvizu, Agustín Lara, Ofelia Euroza, Francisco Salinas y el doctor Alfonso Ortíz Tirado.¹²

Y lo confirma el relato del productor Alejandro Galindo: "En 1929, luego de una estancia de cinco años,

¹⁰ Dan, Luis, "Bodas de Plata", Revista *Mañana*, 24 de septiembre de 1955, p. 26-45. Cit. por Lombardo García, Irma, Op. cit., p. 66-68.

¹¹ Ibidem., p. 69.

¹² Fuentes, Gloria, Op. cit., p. 67.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

regresé de Estados Unidos. Estaba por inaugurarse la XEW. Me enteré que don Emilio era de Monterrey... yo también soy de Monterrey. Le llevé el primer programa. Había que hacer algo de drama¹³. Eran *skeches* de 15 minutos. Me dijo que para qué se lo llevaba que el quería pura cosa musical".¹⁴

Y aunque la programación musical no dominó en un cien por ciento en las transmisiones de las emisoras como la XEW, es posible señalar que por lo menos en la década de los años 30, los programas musicales y de entretenimiento general, con una duración de 15 minutos, dedicados a un compositor, interprete, cómico popular, orquesta o ritmo musical, predominaron en la mayor parte de los contenidos radiofónicos, ya que "muchas radiofusoras encontraron en estos programas una fórmula sencilla y barata para llenar el tiempo de sus estaciones, a la vez que solían complacer a la mayor parte de un auditorio bastante agradecido y poco conocedor de otras opciones de producción".¹⁵

En estas circunstancias programáticas, la radio de esta década -liderada por la XEW- requirió para su funcionamiento, de un personal artístico, capaz de producir las emisiones musicales, a transmitirse por este medio.

13 En el productor Alejandro Galindo encontramos un ejemplo más de un pionero de la radiodifusión mexicana que luego de una larga estancia en los Estados Unidos, realizó aportes novedosos que sirvieron de base para el desarrollo del modelo de radio comercial en nuestro país, el cual se había adaptado con anterioridad en la radio estadounidense.

14 "Alejandro Galindo, campeón con corona", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 18 de marzo de 1991, p. 8.

15 Ortiz Garza, José Luis, La Guerra de las ondas. Ed. Planeta, México: 1992, p. 88.

NIVEL PRODUCTIVO

Para ello, en principio, tuvo que abastecerse de los elementos artísticos que el cine, el teatro y las carpas ya habían popularizado, "muchos de los cuales se consagraron ante sus micrófonos".¹⁶

"Los dueños de las estaciones preferían contratar gente de teatro", explicó el locutor pionero, Luis Cáceres¹⁷. Gente formada y capacitada en el arte de los espectáculos artístico-musicales en vivo. Directores artísticos, actores, anunciadores, músicos, cantantes, tríos, cómicos y orquestas enteras que poco a poco se fueron trasladando a las radiodifusoras, en donde sus expresiones empezaron a llegar a millones de escuchas.

Las anécdotas de quienes se formaron en el cine, las carpas o el teatro y posteriormente se desplazaron hacia las emisoras, son muchas y muy variadas. Pero casi todas coinciden con el relato que la actriz Lucielle Bowling realizó acerca de su propia experiencia: "En teatro me formé con Rodolfo Usigli y Fernando Wagner. Este tenía una compañía de teatro en inglés. También ahí trabajé con él. Al radio llegué en 1939. Al mismo tiempo que hacías teatro o cine, trabajabas en radio. Este transmitía todos los días. Nunca se acababa ni se suspendía. Cuando trabajabas te comprabas lo que podías, porque luego te pasabas temporadas sin ganar un quinto. ¿Y te imaginas con qué se se ayudaba una?, pues trabajando en radio. Ibamos de una

¹⁶ Fuentes, Gloria, Op. cit., p. 68.

¹⁷ "Luis Cáceres: gracias por el recuerdo", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 27 de enero de 1992, p. 17.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

estación a otra corriendo, de un programa a otro. Nuestros lares eran XEW, XEQ y Radio Mil, que estaba en Reforma y Donato Guerra. Llegabas corriendo a la estación, te daban un papel; algunas veces no sabíamos de qué se trataba, no tenías tiempo de leerlo, ni nada".¹⁸

Casi todos ellos nunca dejaron de alternar los diferentes medios de difusión: teatro, cine, radio. Casi todos, llegaron a reconocer el valor del nuevo medio de difusión masiva: "La radio nos convirtió en lo que nunca soñamos llegar a ser. Al principio añorábamos el teatro. Pensábamos que era lo único que existía. Pero una vez que conocimos la magnitud de la radio, nos agarramos a ella, y jamás la dejamos".¹⁹

Y casi todos, gracias a sus experiencias previas en el mundo de los espectáculos populares, no tuvieron problemas importantes para expresarse a través del nuevo medio de difusión, debido a la sencillez de las producciones, que utilizaban pocos elementos del lenguaje radiofónico y se limitaban a transmitir espectáculos teatrales y musicales íntegros, sin modificación alguna. Durante esta década el lenguaje radiofónico aún no había delimitado el uso de sus propios recursos expresivos.

Posteriormente, con el transcurso de los años y para mantenerse en el gusto de los escuchas, las radiodifusoras

¹⁸ "Serena reflexión de Lucielle Bowling", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 30 de diciembre de 1991, p. 17.

¹⁹ "El Cuote Castilla: estirpe poética", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 31 de mayo de 1993, p. 8.

NIVEL PRODUCTIVO

se dieron a la tarea de "descubrir nuevos valores, a quienes entrar allí les ayudó a encontrar su verdadera expresión artística".²⁰

En este sentido, algunas radiodifusoras prefirieron descubrir a estos nuevos valores a través de los programas de aficionados, en los que el público en general participaba en concursos de canto, poesía, declamación, actuación y cualquier otro tipo de manifestación artística. Los ganadores, por lo regular, eran contratados por las emisoras.

Un ejemplo de ello, es el caso de la cantante tabasqueña Villahermosa Martín: "Desde niña me gusta la actividad artística. Cuando se formó la XEVT -emisora de aquel estado-, mi papá me propuso que concursara en un programa de aficionados. Fui al Casino Juárez. Canté *Albricias*. A los ocho días me avisaron que había ganado. Así empezó mi carrera. Tuve un programa patrocinado por la peluquería *El Dandy*".²¹

Otras emisoras más, optaron por acudir a los centros educativos, como las escuelas de arte dramático, de declamación y oratoria y el Conservatorio Nacional de Música.

En esta situación se ubicó la XEB, emisora que en

²⁰ Fuentes, Gloria, Op. cit., p. 68.

²¹ "Villahermosa, la bohemia y el café", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 1 de febrero de 1993, p. 8.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

1930 "se vio mermada al iniciar actividades la XEW. Esta contaba con instalaciones modernas y con verdaderos *capitanes* como don Emilio Azcárraga. El grupo que formó para la XEW se llevó gran parte del elenco de la XEB. El maestro Esparza Oteo, que era director artístico de la B, quiso suplir las ausencias con nuevos elementos y visitó las escuelas artísticas. Mé tocó recibirlo en el Conservatorio. Platicamos y me dijo que las puertas de la estación estaban abiertas. Me fui a la XEB. Comencé a idear programitas...", platicó al respecto el locutor y productor de radio, Alfredo Ruiz del Río.²²

De esta manera, se fue nutriendo y renovando la misma programación musical, que desde ese momento -hasta nuestros días- sirvió de base a la radiodifusión mexicana para asegurar su permanencia en el gusto del público y la preferencia de los anunciantes, quienes empezaron a capitalizar a las emisoras a través del pago de la publicidad de sus productos. Asimismo, inició la consolidación de los contenidos populares, dirigidos a entretener y divertir a los diversos sectores de la sociedad mexicana.

Pero ello no fue todo con respecto al personal que requirieron las emisoras durante estos años.

Al mismo tiempo que la radio abría sus espacios a la música, los espectáculos cómicos y teatrales y, por ende,

²² "Alfredo Ruiz del Río: caudal de recuerdos", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 29 de junio de 1992, p. 17.

NIVEL PRODUCTIVO

al personal responsable de producirlos, surgió la necesidad -también en esta década- de contar con un personal de base que se encargara de coordinar la realización y la transmisión de los programas al interior de las emisoras.

De la reclutación de estos empleados se encargaron directamente los dueños de las emisoras, quienes elegían a su personal de acuerdo con sus propias convicciones, sus intereses e intuición personal. No hubo ningún requisito previamente establecido, ni alguna exigencia de tipo profesional.

Por ejemplo, en la XEW Emilio Azcárraga Vidaurreta fue quien por muchos años seleccionó, personalmente, a los empleados de su radiodifusora. "Cuando alguien solicitaba trabajo, él decía: *Usted va a ser operador; usted locutor*, y así. Era un gran fisionomista. Él contrató a todo su personal a puro ojo de buen cubero", explicó Luis Cáceres, uno de los primeros locutores que tuvo la "W".²³

En tanto, en Monterrey, el ingeniero Constantino De Tárnava utilizó criterios diferentes para reclutar al personal de la XEH, su emisora. En la XEH por decisión de su dueño se formaron los primeros colectivos de trabajo para la producción de programas radiofónicos, los cuales estuvieron integrados por jóvenes -hombres y mujeres-, en su mayoría, estudiantes.²⁴

²³ "Luis Cáceres: gracias...", Op. cit.

²⁴ "E. Hinojosa: vendedor de ilusiones", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 4 de mayo de 1992, p. 8.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

El relato del locutor Horacio Alvarado corrobora este hecho: "En 1942 fui a la XEH y le dije al ingeniero Constantino De Tárnava, su dueño y fundador, que quería ser locutor. Era un hombre que impresionaba mucho, de tipo alemán, fuerte. Me preguntó qué experiencia tenía. Le contesté que ninguna y que era estudiante de bachillerato. Todos los que estuvimos en la XEH éramos estudiantes. La mayoría llegamos a ser profesionistas. Ese mismo día me mandó a la cabina a cubrir un turno".²⁵

Sin embargo, debido a que en aquellos años la radio era una fuente de trabajo totalmente novedosa, en la contratación del personal de base de las radiodifusoras tuvo mucho más que ver el azar, la casualidad, la suerte, la curiosidad y los anhelos de popularidad y reconocimiento de quienes por vez primera tocaron las puertas de las emisoras para solicitar trabajo.

Al revisar las entrevistas que, durante cerca de cuatro años, realizó la periodista Bertha Zacatecas a los hombres y mujeres que forjaron las bases de la industria radiofónica nacional -*Los Pioneros de la radio mexicana*- encontramos que abundan declaraciones como estas:

- "A la radio llegué por tropiezo..."²⁶

²⁵ "Horacio Alvarado: oficio periodista", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 18 de mayo de 1992, p. 17.

²⁶ "Felipe Lugo, el hombre del sureste", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 11 de enero de 1993, p. 8.

NIVEL PRODUCTIVO

- "Llegué a la radio a través de mi esposo, que era inspector de comunicaciones..."²⁷

- "Mis principios fueron como los de muchos compañeros..."²⁸

- "Tuve la suerte de empezar por la puerta grande..."²⁹

- "Cuando llegué de San Luis Potosí no tenía ni la más remota idea de que fuera a entrar al mundo de la radio..."³⁰

- "Mi vida es una sucesión de anécdotas..."³¹

O relatos como los que siguen:

- "Angela Carrillo estudió en el American School, de la colonia del Valle. Ahí conoció a su profesora Rosario Vidaurreta, prima de don Emilio Azcárraga. Rosario dejó la escuela y se fue a trabajar a la W. Angela le pidió a su *Miss* que convenciera a su padre para que la dejara trabajar en la W. Y ahí pasó 43 años como continuista..."³²

- "Yo tenía buena voz. Un amigo me llevó a la XEFO. Me hicieron cantar. Me temblaban las piernas. Al terminar se acercó el señor Lorenzo Barcelata y me dijo: *Te agradezco que hayas cantado una de mis composiciones; te invito a que vengas a cantar a la estación mis canciones.* La XEFO estaba en 5 de mayo 21 y Barcelata era el director artístico. Me ayudó muchísimo. Stanley Ortega fue mi maestro de canto. Me colocó la voz, me enseñó a impostarla, a cantar con el paladar. Ganaba 5 pesos la media hora. Le hablo de 1933, yo tenía 15 años..."³³

27 "Tabasco hoy, con Deyanira Malpica", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 25 de enero de 1993, p. 8.

28 "Antonio González, extensionista del radio", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 1 de julio de 1991, p. 17.

29 "Beatriz Aguirre; la declamadora del arte", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 8 de julio de 1991, p. 17.

30 "La praxis de Héctor Pardo", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 11 de noviembre de 1991, p. 8.

31 "Torbellino nostálgico de Manuel Méndez", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 25 de mayo de 1992, p. 6.

32 "Angela Carrillo y los recuerdos brillantes de la radio mexicana", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 26 de agosto de 1991, p. 8.

33 "Guillermo Portillo: recuerdos de Nueva York", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 21 de enero de 1991, p. 24.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

- "Estudié composición, canto y piano en el Conservatorio Nacional. Quería ser cantante. No fue así, pero me hice muy amigo de un señor: Domingo Alessio Robles. Era gran productor de radio. Me soltó el cronómetro. Empecé a medir programas. Cuando me di cuenta ya estaba metido en la producción de radio..."³⁴

- "Me inicié en la radio en 1935, en Monterrey, en la XEX. Había cinco emisoras. Las conocía todas. Concurse en un programa de aficionados, me tocaron la *campana*. Me quedé a trabajar como mozo. Tenía 20 años. Me daba mi tienpecito para meterme a la cabina y ver cómo se hablaba. Como a los tres meses, un día, faltó el locutor. Allí empecé. Tuve un amigo poeta, muy bien intencionado, que me dijo: *Tienes que leer, leer; yo leía todo lo que caía en mis manos. Al año me defendía un poco...*"³⁵

- "Cuando llegué al D.F. tenía 11 años y ganas de trabajar. Así que empecé como mensajero, en Radio Programas de México (RPM), con el señor Clemente Serna Martínez, quien tenía una oficina en las instalaciones de la XEW. Después de estar en RPM, aquí en la capital, el señor Serna me mandó a XENA de Querétaro. Empecé a producir programas, uno de ellos fue: *Cinco minutos de risa* en la XEVD, de Coahuila; hasta llegar a la XEQ..."³⁶

- "Yo era cobrador de mercados y ayudaba a mi hermano Roberto en sus presentaciones artísticas. Cuando terminé mi servicio militar, mi hermano habló con don Emilio Azcárraga. Me hicieron un examen y me quedé como operador en la W. Ahí empezó mi carrera de comunicaciones"³⁷

Como se aprecia, en la formación de quienes realizaron la tarea de coordinar y producir las primeras transmisiones de la radio como medio de difusión masiva -a partir de 1930-, no existieron reglas ni lineamientos generales. Tal vez la única generalidad que se puede des-

34 "Héctor González: el oficio de masoquista", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 25 de febrero de 1991, p. 17.

35 "Pedro D'Aguillón, el Juan Valiente de la Q", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 3 de junio de 1991, p. 17.

36 "Nicky Santini: el espejo de las voces", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 23 de marzo de 1992, p. 8.

37 "Salvador Espinosa en un rincón cerca del radio", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 10 de junio de 1991, p. 17.

NIVEL PRODUCTIVO

tacar en este sentido es, precisamente, la falta de homogeneidad en la preparación del personal del área de producción de las radiodifusoras.

Los pioneros de la radio mexicana fueron hombres y mujeres con los más variados niveles de educación y cultura. Muchos fueron los que apenas contaban con conocimientos elementales. Algunos más, fueron autodidactas o técnicos. Y pocos, muy pocos, fueron los que tenían estudios profesionales.

En este momento es preciso cuestionarse ¿por qué la época dorada de la radio mexicana -años 30 y 40- se inició cuando aún no existían las condiciones para integrar cuadros de empleados de base capacitados para desempeñar sus funciones laborales dentro de las emisoras? ¿Cómo fue que las radiodifusoras, con un personal sin ningún tipo de capacitación en la materia, lograron producir programas que alcanzaron altos niveles de audiencia? ¿Es o no es la capacitación una variable que puede influir de manera favorable para elevar la calidad de los contenidos radiofónicos?

Por un momento estas circunstancias ponen en tela de juicio las bases teóricas de este trabajo de investigación. Sin embargo, antes de asegurar que la capacitación no es necesaria en la industria radiofónica nacional, puesto que en la época de mayor auge del medio no hubo ningún proceso de capacitación para los trabajadores de planta de las emisoras, resulta indispen-

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

sable tomar en cuenta las condiciones en las que se efectuaron estas primeras transmisiones.

La radio de los años 30 nació al impulso de la efervescencia experimental de la década anterior. Efervescencia que en pocos años dejó de ser exclusiva de los amantes de la ciencia. Penetró en los círculos de los pequeños capitales nacionales. Y se extendió hacia todos los rincones del país.

Como lo dice Guillermo Núñez Keith, locutor sobreviviente de aquella época dorada, "la mejor época de la radio como industria es la actual. A la de los años 30 a los 50 se le puede identificar como el "milagro" de la W, una estación que tenía el 85% del auditorio nacional, y formaba parte de la familia mexicana. La W ayudó al desarrollo del milagro mexicano, en lo cultural, económico y social. Dictaba normas de conducta. Las personas compraban pastas de dientes y la industria crecía".³⁸

Sin embargo, este "milagro" sólo fue posible gracias al *entusiasmo* de quienes hicieron los programas radiofónicos y de quienes los escuchaban.

Por un lado, los trabajadores de la radio de estos años fueron hombres y mujeres forjados más en el fervor de la novedad del medio y en los deseos de hacer bien su tra-

³⁸ "La osadía de Núñez Keith", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 7 de octubre de 1991, p. 8.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

sable tomar en cuenta las condiciones en las que se efectuaron estas primeras transmisiones.

La radio de los años 30 nació al impulso de la efervescencia experimental de la década anterior. Efervescencia que en pocos años dejó de ser exclusiva de los amantes de la ciencia. Penetró en los círculos de los pequeños capitales nacionales. Y se extendió hacia todos los rincones del país.

Como lo dice Guillermo Núñez Keith, locutor sobreviviente de aquella época dorada, "la mejor época de la radio como industria es la actual. A la de los años 30 a los 50 se le puede identificar como el "milagro" de la W, una estación que tenía el 85% del auditorio nacional, y formaba parte de la familia mexicana. La W ayudó al desarrollo del milagro mexicano, en lo cultural, económico y social. Dictaba normas de conducta. Las personas compraban pastas de dientes y la industria crecía".³⁸

Sin embargo, este "milagro" sólo fue posible gracias al *entusiasmo* de quienes hicieron los programas radiofónicos y de quienes los escuchaban.

Por un lado, los trabajadores de la radio de estos años fueron hombres y mujeres forjados más en el fervor de la novedad del medio y en los deseos de hacer bien su tra-

³⁸ "La osadía de Núñez Keith", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 7 de octubre de 1991, p. 8.

NIVEL PRODUCTIVO

tacar en este sentido es, precisamente, la falta de homogeneidad en la preparación del personal del área de producción de las radiodifusoras.

Los pioneros de la radio mexicana fueron hombres y mujeres con los más variados niveles de educación y cultura. Muchos fueron los que apenas contaban con conocimientos elementales. Algunos más, fueron autodidactas o técnicos. Y pocos, muy pocos, fueron los que tenían estudios profesionales.

En este momento es preciso cuestionarse ¿por qué la época dorada de la radio mexicana -años 30 y 40- se inició cuando aún no existían las condiciones para integrar cuadros de empleados de base capacitados para desempeñar sus funciones laborales dentro de las emisoras? ¿Cómo fue que las radiodifusoras, con un personal sin ningún tipo de capacitación en la materia, lograron producir programas que alcanzaron altos niveles de audiencia? ¿Es o no es la capacitación una variable que puede influir de manera favorable para elevar la calidad de los contenidos radiofónicos?

Por un momento estas circunstancias ponen en tela de juicio las bases teóricas de este trabajo de investigación. Sin embargo, antes de asegurar que la capacitación no es necesaria en la industria radiofónica nacional, puesto que en la época de mayor auge del medio no hubo ningún proceso de capacitación para los trabajadores de planta de las emisoras, resulta indispen-

NIVEL PRODUCTIVO

bajo, de salvar obstáculos en cada una de las transmisiones y de solucionar los problemas que en la marcha misma de los programas se iban presentando, que en los conocimientos sistematizados de sus labores.

Un ejemplo de todas las situaciones excepcionales que vivieron los trabajadores en los albores de la radiodifusión, lo relata el locutor Fernando Marcos al hablar de los cronistas deportivos de aquellos años: "Claro que conocí a don Alonso Sordo Noriega. Era un genio. Había muy pocos cronistas deportivos. Alonso transmitió con un cable en la mano, que no contenía más de 50 palabras, un juego entre España e Italia, durante dos horas. A cada rato se veían cosas de este estilo. Había que ser así".³⁹

Por otro lado, la radiodifusión no sólo entusiasmó a quienes trabajaban en las emisoras. También la gente que accedió a la radio a través de los receptores -como público- se contagió del fervor de la novedad tecnológica. Así, como afirma el locutor Horacio Alvarado, los errores de quienes producían los programas radiofónicos no eran percibidos por los escuchas, "porque se daba un fenómeno interesante en esa época: también el público... aprendía a oír radio".⁴⁰

Por lo tanto, no es que la capacitación no sea un

³⁹ "La pasión y la polémica de don Fernando Marcos", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 10 de febrero de 1992, pp. 8 y 17.

⁴⁰ "Horacio Alvarado...", Op. cit.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

elemento necesario para mejorar el funcionamiento de la radiodifusión, como parecen demostrarlo las circunstancias de los años 30: nula capacitación-elevados niveles de audiencia. Lo que ocurrió fue que en ese momento, debido a la juventud y la novedad de este medio de difusión, el frenesí y la euforia suplieron -de manera excepcional- a la capacitación y sus beneficios.

Es claro que en 1930 no existían las condiciones necesarias para que las radiodifusoras emplearan personal calificado en la materia, pero si existía -en cambio- el suficiente entusiasmo en los trabajadores de la producción, cantantes, músicos, compositores y escuchas, propio de una época romántica como lo fue la época de oro de la radiodifusión mexicana, donde se trabajaba, se producía, se creaba más por amor que por dinero; por el mero gusto de estar en una emisora, salir al aire y ser escuchado por miles de oídos a través de los receptores de uso doméstico.

"Ser pionero es una gran satisfacción moral, no económica. Siempre se hacen las cosas por amor. El pionero es el que trabaja, funciona, busca y hace gente, entrega la charola y otros son los que recogen la cosecha", asegura el productor de radio Héctor González⁴¹. En tanto, otro pionero, el actor radiofónico Pedro de Urdimalas agrega sobre el mismo punto: "Yo a la época de oro de la radio la llamo la época de hambre de la radio. No nos im-

41 "Héctor González...", Op. cit.

NIVEL PRODUCTIVO

portaba cobrar"⁴². Lo único que importaba -dirían otros pioneros como Horacio Alvarado- "era que nos permitían (los dueños de las emisoras) hacer lo que quisiéramos".⁴³

En mucho esto era así porque la radio de entonces, incluso hasta los años 40 y 50, era concebida como "un *pasatiempo* para las mayorías y para algunos significaba la gran atracción de hablar a través de un excepcional vehículo de comunicación. Jugando se hacía radio. Los dueños de las emisoras eran empresarios, telegrafistas o comerciantes; había muchos españoles que tenían sus propias estaciones y las manejaban como "*Dios les daba a entender*". No existían los estudios especializados en ciencias de la comunicación y mercadotecnia que hay ahora", explica por su parte, el locutor y actual secretario del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria de Radio y Televisión (STIRT), Netzahualcóyotl de la Vega.⁴⁴

Tampoco importaban las horas de trabajo, ni las actividades que se tuvieran que desempeñar: "En aquellos tiempos se confundía la producción con la técnica. Todos hacíamos de todo. Yo tenía que encender los aparatos -viejos, con muchas baterías-. Pesadísimos. Un micrófono de condensador que era un cuadrote, de 20 por 20. Los pedestales eran enormes. Se iniciaba la transmisión al ai-

42 "Pedro de Urdimallas, el retratista del barrio", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 2 de septiembre de 1991, pp. 8 y 17.

43 "Horacio Alvarado...", Op. cit.

44 "Metamorfosis de la radio y TV mexicana. Conversación con Netzahualcóyotl de la Vega", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 6 de abril de 1992, p. 17.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

re y algunas veces entraba yo de locutor. Anunciaba a las personas", agrega al respecto Fernando Barrera, técnico de cabina, quien trabajó en la XEW de 1933 a 1936, participó en la construcción de los estudios de esta emisora ubicados en la calle de Ayuntamiento y dirigió la formación y la capacitación de nuevos técnicos de estudios y cabinas.⁴⁵

En efecto, durante los años de la década de los 30, debido al empirismo que predominaba en las emisoras, no había una verdadera división del trabajo; esto es, no estaban definidas las actividades que cada puesto tenía que desempeñar.

"En aquel tiempo nos dejaban hacer de todo: crear la programación, poner los discos, divertirnos... Eramos locutores, operadores, vendedores y cobradores de anuncios; barríamos, limpiábamos la radiodifusora... hacíamos de todo. Nos daban, incluso, la posibilidad de sentirnos "medio artistas", bohemios; lo hacían para no pagarnos, nos pagaban con vales para cambiarlos por zapatos, leche o crema. Así era la vida"⁴⁶, señala el mismo Netzahualcóyotl de la Vega.

En estas condiciones, la experiencia y la libertad laboral de los trabajadores fueron los elementos que, poco a poco, delimitaron -a través de los años- los puestos ti-

⁴⁵ "Guillermo y Fernando Barrera: conversaciones en la catedral. Primera Parte", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 18 de diciembre de 1990, p. 24.

⁴⁶ "Metamorfosis de la radio...", Op. cit.

NIVEL PRODUCTIVO

po en las radiodifusoras: locutores, operadores, continuistas, productores, realizadores, directores artísticos; permitieron perfeccionar las funciones de los mismos empleados; y estimularon el surgimiento de ideas novedosas para la producción radiofónica.

Es decir, durante la década de los años 30 la única forma de capacitación que tuvieron los trabajadores de producción de la radio -independiente de la formación teatral de los artistas-, fue la que les proporcionó su propia experiencia dentro de las emisoras; la repetición diaria y constante de las muchas actividades que desempeñaron en sus fuentes de trabajo.

Esta capacitación se basó en la transmisión oral de conocimientos, de los trabajadores de mayor experiencia y antigüedad, hacia los más jóvenes e inexpertos; en el descubrimiento de talentos escondidos en los mismos empleados de las emisoras; en la gufa indirecta de los más aptos y las ganas de trabajar de los más noveles, y en el compañerismo que existió entre quienes sentaron las bases de la industria radiofónica nacional.

Compañerismo que queda de manifiesto en el relato del actor de radio, Guillermo Portillo Acosta, al hablar de aquella época dorada: "A los dos años de estar en la W, Manuel Bernal me propone darme clases de declamación. ¡Me propuso ser mi maestro!. Manuel y yo trabajamos la poesía en radio y televisión. En aquella época existía un

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

compañerismo extraordinario"⁴⁷.

Esta capacitación, estuvo reforzada, además, por la conveniencia de los dueños de las emisoras para admitir ayudantes "a prueba", interesados en aprender empíricamente las diversas actividades que se realizaban en estos centros de trabajo.

Gracias a ello muchos jóvenes con talento natural tuvieron la oportunidad de probar suerte en la radio. Tal fue el caso del locutor Jesús Torpey Andrade, quien como estudiante había gustado de la oratoria. "Participé en varios actos. Esto hizo pensar a José Manuel Gallegos Ramos, un amigo, que yo tenía cualidades para trabajar como locutor. El estaba en la XEWM. Me animó y entré a esta radioemisora como "*chícharo*" de Hugo Arturo Pérez, en el programa "Melodía Tropical"..."⁴⁸

Y de la actriz Ofelia de la Fuente, estudiante de declamación, quien relata sus inicios en la radio como suplente de otras actrices: "Estudí declamación, pero me gustaba el teatro. Tuve la satisfacción de que me llamara Pura Córdova. Habíamos tomado parte en un festival. Yo declamando y ella actuando. Pasó el tiempo. Un día, Roberto Quinn, un productor muy conocido que en ese momento era jefe de radio de XEQ, me invitó a participar en la radioemisora. En ese entonces se acostumbraba que te

47 "Guillermo Portillo: recuerdos de...", Op. cit.

48 "Un revoltoso llamado Jesús Torpey", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 1 de marzo de 1993, p. 17.

NIVEL PRODUCTIVO

llamaran a "pescar". Si faltaba una actriz, tú cubrías su lugar"⁴⁹

Así fue como la radio de esta década fue capacitando y renovando a sus cuadros de trabajadores, a partir de un empirismo basado la experiencia, la práctica y el entusiasmo por desempeñar siempre mejor cada una de sus funciones dentro de las emisoras.

B) EL RADIODRAMA Y LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD.

Al llegar la década de los 40, la radiodifusión mexicana, gracias a su propia experiencia de la década anterior y a la permanente influencia que ejercía la radio estadounidense en ella, aunque seguía manteniendo una programación eminentemente musical -en 1942 del total de los programas que se produjeron en México, un 80% correspondieron a este género⁵⁰- se empeñó en una nueva aventura: empezó a buscar nuevas formas para diversificar su producción.

En el transcurso de los años 40, el panorama radiofónico nacional se enriqueció. Hicieron su aparición

⁴⁹ "Ofelia de la Fuente: recuerdos de familia", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 17 de febrero de 1992, p. 8.

⁵⁰ "Labor Cultural de las radiodifusoras", en: Revista Oiga, México: 18 de septiembre de 1943, p. 27, Cit. en: Ortiz Garza, José Luis, Op. cit., p. 68.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

dos emisoras más -XEQ y XEX-, las cuales contribuyeron significativamente al desarrollo del lenguaje radiofónico.

La XEQ -inaugurada el 31 de octubre de 1938- fue la nueva emisora de Emilio Azcárraga Vidaurreta que en los primeros años de esta década marcó las pautas a seguir en cuanto a la diversificación de la producción y programación radiofónica, a través del uso del control remoto para la transmisión de diversos eventos deportivos y de entretenimiento.

Por decisión de su dueño, la dirección de esta nueva emisora quedó en manos de los señores Enrique Contel y Emilio Balli, quienes se propusieron tener como característica, desde el principio, una alta profesionalidad.⁵¹

Así, la Q fue la primera estación de radio que contó con un Departamento de Producción, al frente del cual se designó a Carlos Riveroll del Prado, un hombre que se formó y se capacitó como productor -para variar- en la radio estadounidense.

"Don Enrique (Contel) era un genio de la radio, un visionario tremendo. Mandó a traer a un señor Carlos Riveroll de Estados Unidos. Este señor nos enseñó a acomodar los micrófonos para las cuerdas, maderas, percusiones y metales de una orquesta. Nos enseñó a trabajar con cuatro micrófonos. Era un gran avance para la

⁵¹ Mejía Prieto, Jorge, Op. cit., p. 61.

NIVEL PRODUCTIVO

época", señaló el técnico Fernando Barrera, quien también trabajó en la construcción de los estudios de la XEQ.⁵²

Para la Q, Carlos Riveroll mandó hacer una consola de dos micrófonos que permitiera transmitir programas con varias voces.

Asimismo, se dio a la tarea de integrar un equipo de producción en el que participaron Ricardo Hinojosa -quien más tarde sería impulsor de Radio Mil-, Luis de Llano, Ramiro Artasánchez, José de Jesús Vizcaino, Rafael Antonio Pérez, Luis Carmona Valiño, Domingo Alessio Robles y Arturo Manrique "Panseco", entre otros, con quienes impulsó la producción de programas de 27 minutos, con 3 anuncios entre programa y programa, y la transmisión, a control remoto, de espectáculos musicales desde diferentes centros nocturnos, juegos de fútbol y beisbol, peleas de box y corridas de toros desde los lugares de los hechos.

"Los controles remotos en México eran novedosos. Un equipo de control remoto se componía, en aquella época, de dos amplificadores OP6 y OP7. Era un amplificador y un mezclador. El mezclador llevaba una especie de consolita de cuatro micrófonos. Pedíamos una línea directa a la telefónica o en otras ocasiones -podríamos decir- nos robábamos el teléfono. Transmitíamos box... De El Patio, El Cyro's y La Suástica se transmitía música"⁵³, señaló al

52 "Guillermo y Fernando Barrera...", Op. cit.

53 "Guillermo y Fernando Barrera: conversaciones en la catedral. Segunda y última parte", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 19 de diciembre de 1990, p. 24.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

respecto Guillermo Barrera -hermano de Fernando-, otro técnico de cabina de la época.

En tanto, la XEX -la emisora de Alonso Sordo Noriega- inició sus transmisiones en octubre de 1947 con el fin de consolidarse como una radiodifusora verdaderamente grande, que llevara la voz de México a los oídos del mundo.⁵⁴

Para ello, a través de su Dirección de Programación impulsó el establecimiento de nuevos sistemas de producción, los cuales se caracterizaron por su importante aportación al desarrollo de los recursos del lenguaje radiofónico.

La propuesta de la XEX giró en torno a una novedosa técnica de producción -para la época- a la que se le llamó la "*Tercera Dimensión del Radio*", la cual fue utilizada en todos los programas de la radioemisora, especialmente en los dramatizados, por el equipo creativo que formaron Ana María Lechuga, Enrique del Castillo, Gloria Estrada, Rubén Santos, Pedro Estrada, Meche Soler, Omar Jasso, Julio Taboada, Julio Danieri, Ramón Aguirre, Jesús Amor, Ciro Calderón, Domingo Soler, Ramón Acuña, Jorge Zúñiga, Silvia Rey, Ché Danieri, Rafael Baledón, Ramón Obón y Roberto Aguilar, entre otros.

Es precisamente Roberto Aguilar, el entonces director de Programación de la X, quien nos explica cómo "algunas

⁵⁴ Mejía Prieto, Jorge, Op. cit., p. 78.

NIVEL PRODUCTIVO

obras famosas de la novela, el teatro, el cine, se llevaban a la escena radiofónica de una manera diferente a la que hasta entonces se había utilizado. La diferencia -relata el señor Aguilar González- era la de convertir el radioteatro en un espectáculo completo, incorporándole a la participación de los actores, una orquesta que iba ejecutando fondos musicales en vivo durante la producción de todo el programa.

"Es decir, se contaba con todos los elementos, diferentes entre sí, pero acoplados a una misma voz de mando. Eran los diálogos a cargo de actores; la música a cargo de una orquesta y un director que no improvisaban, estaban ejecutando una música que había sido escrita expresamente para ese libreto; y, aparte de esto, los efectos de sonido que se manejaban, en su gran mayoría, a base de grabaciones, ruidos en discos que se integraban correctamente al aire".⁵⁵

La XEX no fue la primera emisora que utilizó todos estos recursos, pero sí fue la que los conjuntó y los usó, por vez primera, hasta sus últimas consecuencias. Como producto de la fuerte competencia que imponían las grandes radiodifusoras como la XEW y la XEQ, la "X" imprimió calidad y riqueza a todos sus programas a través de la combinación de silencios, puentes y fondos musicales, efectos especiales, voces y ambientaciones -basadas en los controles remotos-, lo cual pronto empezó a llamar la atención del público.

⁵⁵ Entrevista realizada al señor Roberto Aguilar González, el 21 de septiembre de 1992.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Sin embargo, el aporte más destacado no sólo en cuestiones de producción y programación radiofónica, sino también en términos de capacitación, durante esta década -años 40- y hasta fines de los 60, lo realizaron los anunciantes y agencias de publicidad.

Al finalizar la década de los años 30, la práctica de la publicidad radiofónica se había desarrollado en dos direcciones. En primer lugar, a través del patrocinio que los anunciantes solían hacer de los programas de radio. En estos casos, el título de éstos acostumbraba incluir el nombre o la marca de la empresa, con el fin de "establecer una clara asociación entre el programa y el patrocinador y, simultáneamente, lograr una mayor penetración y posicionamiento de la marca o de la empresa".⁵⁶

De allí nombres programas radiofónicos como "Revista Monte Carlo", "Variedades Vick", "Los Catedráticos Forhans", "Concierto Coca Cola", "Sonrisas Colgate", "Aficionados Marvin y Alfa", "Club Delicados", "Estrellas Palmolive", "El Profesor Colgate", etc.

Y, en segundo término, por medio de los cortes comerciales (spots) que se comenzaron a insertar en la programación radiofónica desde que ésta empezó a ser la preocupación central de los radiodifusores.

"En 1930, recién inaugurada la XEW, Ricardo López Méndez ideó *Su pie es preciada alhaja y Felín tiene su*

⁵⁶ Ortiz Garza, José Luis, Op. cit., p. 159.

NIVEL PRODUCTIVO

estuche; diez años después, esa gota se había convertido en granizada: *Beba Pepsi Cola; El tiempo es Marvin y Alfa. Reloj Marvin y Alfa; Cerveza Carta Blanca... ¡Es un placer!; Si es Bayer, es bueno; Excélsior, el periódico mejor informado*, eran algunos de los spots más repetidos. Los había también cantados (*jingles*) que laboraban en México desde 1931 cuando apareció *De las vidas arrastradas la de Ford es la mejor*. De la época de la guerra era *Me gusta tu boca// me gustan tus dientes divinos// me gusta tu aliento/// me gusta Kolinós*".⁵⁷

Estos anuncios, hasta los primeros años de la década de los 40, fueron producidos bajo la responsabilidad total de las radiodifusoras. Los directivos de las estaciones negociaban, directamente, la venta de tiempo con los posibles anunciantes, mientras sus locutores se encargaban del diseño y transmisión de los comerciales.

Sin embargo, la poca competencia, y la sencillez y escasa capacidad crítica del radioescucha, en estas condiciones, estimularon el desarrollo de una producción, de programas y anuncios, que no tenía mayores pretensiones y funcionaba al amparo del empirismo de los dueños de las emisoras, creativos -locutores- y anunciantes.

Por ello, el papel que desempeñaron las agencias de publicidad y anunciantes en el ámbito de la producción radiofónica, desde los primeros años de la década de los

57 Ibidem., p. 160.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

40, abrió una nueva etapa no sólo para el desarrollo y la profesionalización, sino también, para la capacitación del personal de la radio mexicana.

Dos acontecimientos de 1941 marcaron el inicio de esta etapa: la llegada a México -en junio- de la primera agencia de publicidad estadounidense, la *Grant Advertising*, y el lanzamiento -en enero- de la primera radionovela de notable éxito popular, "*Anita de Montemar*", producida por el Departamento de Radio de la empresa Colgate Palmolive.

El primero de estos hechos significó el comienzo del dominio de la programación y comercialización de la radio mexicana por parte de las agencias publicitarias -McCann Ericksson, D'Arcy, J. Walter Thompson, Procter and Gamble- y empresas anunciantes -Sydney Ross, Bristol Myers, Scott & Bowne, Coca Cola, Colgate Palmolive Peet, British-American Tobacco (Cigarros "El Aguila")- estadounidenses.

Y el segundo, representó el principio del reinado del radiodrama como el vehículo publicitario y propagandístico que mayor aceptación obtuvo entre el pueblo mexicano, dada su peculiar idiosincracia, y, por tanto, que mayores ganancias generó a las empresas productoras.

A partir de esta fecha las reglas del juego de la producción y la comercialización radiofónica cambiaron. Más de la mitad del total de la producción de los programas de las grandes emisoras -XEW, XEQ, XEB, XEX y

NIVEL PRODUCTIVO

sus repetidoras en provincia- pasó a manos de los departamentos de producción de las grandes agencias y multinacionales del vecino país del norte, las cuales "centralizaron el alquiler de tiempos en las estaciones, la confección y dirección de los programas, la creación y colocación de los textos publicitarios y hasta las mediciones de efectividad".⁵⁸

Los dueños de las emisoras perdieron el control de la transmisión de los contenidos de sus empresas, al ser relegados a la simple administración de la venta de los espacios al aire de las radiodifusoras. Los productores empíricos fueron desplazados por "cronógrafos" que optimizaban los tiempos de los programas y anuncios y forzaban a las radiodifusoras a respetar al segundo sus horarios de transmisión, y por campañas publicitarias con estudios de mercado y perfiles de auditorio.

Publicistas y empresarios se enconaron en una competitiva lucha por lograr los niveles más elevados de audiencia para sus programas; por dominar el mercado de mensajes radiofónicos, y por obtener las mayores ventas de sus productos.

Por esta razón fue necesario poner énfasis especial en las características de las producciones y en la preparación de quienes las realizaban.

⁵⁸ Ibidem., p. 152.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En el rubro de la producción, las grandes agencias de publicidad y los anunciantes estadounidenses consolidaron en México el concepto de la radio como espectáculo, como entretenimiento y diversión; la radio comercial, que guía la producción de sus programas por el número de personas que los oyen; la radio que entretiene y vende a través de la producción de programas musicales, cómicos, de concurso y, muy especialmente, de radiodramas.

En este sentido, la empresa Colgate Palmolive no sólo fue la que por vez primera utilizó con éxito al radiodrama para comercializar sus productos. De hecho, también fue la compañía que popularizó este género radiofónico como el mejor medio publicitario para elevar las ganancias económicas. Posteriormente, "las agencias de publicidad -al ver el éxito que tenía Colgate Palmolive con las radionovelas- empezaron a realizarlas".⁵⁹

Para lograrlo, Colgate estableció un ritmo de trabajo perfectamente coordinado, capaz de permitir la producción de cerca de 125 programas a la semana. "No tenía un personal muy numeroso, pero sí muy calificado. Era un engranaje que funcionaba al segundo y por eso salían *a l aire* tantos programas", señaló el productor Héctor González.⁶⁰

En Colgate, como en la mayor parte de los departa-

⁵⁹ "50 años de ilusiones con Emma Telmo", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 22 de abril de 1991, p. 17.

⁶⁰ "Héctor González...", Op. cit.

NIVEL PRODUCTIVO

mentos de producción de agencias y empresas anunciantes, el proceso de producción de estos programas era muy semejante al que a continuación describe José Luis Lemus, quien fuera gerente de Publicidad de Colgate-Palmolive por 25 años, de 1936 a 1961:

"Buscábamos un escritor que nos hiciera un libreto. Lo veíamos, lo corregíamos, lo cambiábamos, lo dividíamos en etapas, capítulos; cada capítulo se supervisaba uno por uno. Teníamos un grupo de editores que checaba todos los scripts antes de ir a producción. Seleccionábamos a los actores según las características de los personajes, ensayábamos una hora antes de iniciarse el programa en vivo. Las radionovelas las grabábamos para que pudieran difundirse en provincia. Las mandábamos por medio de agencias o directamente a las estaciones de radio. Comprábamos el tiempo a las estaciones de provincia. Eramos más de cincuenta empleados en Colgate, exclusivamente para el radio. Contratábamos todo lo necesario para echar a andar un programa".⁶¹

Cada una de estas empresas publicitarias contaba con su propio personal de producción, al que imponía determinadas condiciones de trabajo, las cuales, en términos generales, no fueron mejores que cuando las radiodifusoras se encargaban de elaborar los programas, según denunciaron algunos locutores, actores y escritores de aquella época.

⁶¹ "José Luis Lemus: gracias por el recuerdo", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 25 de marzo de 1991, p. 17.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

"En Palmolive -continúa el relato del señor Lemus- contratamos, directamente, a los artistas, actores, locutores, escritores; por programa, por mes, por años, como se necesitara. Cuando eran exclusivos Palmolive, podían trabajar en teatro pero no en otra radiodifusora. Los locutores no podían anunciar ni otra crema dental, ni a otro competidor; únicamente nuestros productos. Yo creo que la Palmolive pagaba bien, porque mucha gente trabajaba con nosotros y les encantaba. Eran contratos determinados, no había compromiso de otra cosa...".

En efecto, en aquellos años, quienes intervenían en la producción de estos programas, no tuvieron un salario decoroso, ni créditos, ni regalías por retransmisiones. "Si exigíamos estos derechos nos descontinuaban", dijo al respecto el locutor, actor y productor de radio, Héctor Pardo.⁶²

Por lo que se refiere al ámbito de la capacitación, son muchos los pioneros de la radio que reconocen a dichos organismos publicitarios como las mejores *escuelas* que había en la época para poder *titularse* como todo un profesional en materia de producción radiofónica.

Y efectivamente, así fue.

Es cierto, como afirma el investigador José Luis Ortiz Garza, que a través de estos consorcios extranjeros

⁶² Héctor Pardo, locutor, actor y productor de Colgate-Palmolive durante la década de los años 50. Entrevista realizada el 18 de septiembre de 1992.

NIVEL PRODUCTIVO

se materializó el esfuerzo más importante de transmisión ideológica, en los años de la Segunda Guerra Mundial, de los Estados Unidos para México y América Latina. Pero también es verdad que por medio de su trabajo, se dieron los primeros pasos directos en cuanto a la capacitación del personal del área productiva de la radiodifusión mexicana.

Con todo y sus fines de propaganda política, agencias y anunciantes estadounidenses fueron las primeras organizaciones que se preocuparon por entrenar y capacitar productores y personal creativo de la radio nacional. Aunque esta capacitación no fue del todo favorable ni para el personal del área productiva, ni para el desarrollo de la radio mexicana y sus contenidos.

Recordemos que mientras el mercado de producción radiofónica estuvo en manos de los grandes consorcios publicitarios estadounidenses, la calidad de los contenidos de las radiodifusoras fue determinada en función de las ganancias que cada programa reportaba a los anunciantes. Como bien lo afirma la actriz de radio, Emma Telmo, "no les interesaba si la serie era buena o mala. Lo importante era vender".⁶³

Por esto resultaba lógico "que aparte de investigar los consumos de sus productos, la aceptación que tenían con el público, investigaran, también, la audiencia de radio, cómo se iban desarrollando sus programas. Cuando

⁶³ "50 años de ilusiones...", Op. cit.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

notaban que algún programa estaba perdiendo audiencia, se investigaba de inmediato la causa; si se podía remediar y la siguiente lectura indicaba que había sido subsanada la caída, seguía adelante y si no, inmisericordemente era quitado del aire, no había segunda oportunidad".⁶⁴

De igual forma esta capacitación estuvo orientada a servir a los mismos intereses comerciales. Por ello, se caracterizó por formar intensivamente, primero, a profesionales de las ventas, quienes más tarde asumían las funciones de productores de radio.

Y asimismo, como explica el señor Héctor Pardo, dicha capacitación siguió siendo empírica, puesto que se basaba en la experiencia que cada empleado iba adquiriendo desde su entrada a la empresa, generalmente en el último escalón de la estructura escalafonaria, con el paso del tiempo y a partir de la especialización -entiéndase repetición- de una función previamente determinada.

"El hecho de haber llegado a la radio -relata el señor Héctor Pardo- fue la consecuencia de la preparación que nos daban: lo primero era tocar de puerta en puerta, lo cual nos permitía realizar investigación de mercado y de audiencia de los medios de comunicación, básicamente del radio. Después la promoción de ventas, que más que ésto se trataba del lanzamiento de nuevos productos por

⁶⁴ Segunda entrevista realizada a Roberto Aguilar, quien durante los años 50 fungió como director del Departamento de Radio de Colgate-Palmolive. 24 de septiembre de 1992.

NIVEL PRODUCTIVO

medio del muestreo. Así conocimos el arte de la comunicación. Llegábamos a una casa, dábamos una muestra de determinado producto y teníamos que decir un pequeño discurso o realizar un pequeño comercial en vivo. Era impresionante la penetración que esa publicidad llegaba a tener.

"Otra variante fueron las promociones de venta por medio de camiones de sonido. Se volvía uno locutor y actor al mismo tiempo. Dependía de su habilidad o simpatía o antipatía ante el micrófono para lograr que la gente se acercara al camión y respondiera al reclamo que se le estaba haciendo. Al principio uno no comprendía estos trabajos, pero conforme pasaba el tiempo, progresaba en la compañía, absorbía toda una serie de conocimientos e iba armando el rompecabezas; se iba convirtiendo en un experto en mercadotecnia y publicidad. Cuando uno llegaba al departamento de publicidad, ya era un graduado.

"En el radio el entranamiento era intensivo también. Primero observaba uno. Luego entraba a cabina ayudando a los actores. Paso seguido musicalizaba la serie. Y así, hasta que lo ponían a dirigir".⁶⁵

En algunos otros casos, la capacitación de productores mexicanos se realizó por medio de la relación que éstos tuvieron con la radio estadounidense, la cual en esta época se estrechó aún más, con la instrumentación de

⁶⁵ "La praxis de Héctor Pardo...", Op. cit.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

programas de perfeccionamiento que incluían desde cursos con productores norteamericanos de renombre, hasta becas de estudio en los Estados Unidos.

"En ese tiempo no había quien enseñara producción de radio. Una agencia, la Grant Advertising nos contrató... Fijese a qué grupo: Luis de Llano, Roberto Kenny, Pancho Córdova, Alejandro Moro y a mí. La agencia mandó a traer a uno de los mejores productores de radio de Estados Unidos: Bucky Harris", recuerda Jesús Elizarrarás, considerado por más de 15 años como el mejor productor radiofónico de México, quien, asimismo, apunta que después de ello, "la Grant Advertising me becó para ir a los Estados Unidos a perfeccionarme. Estuve en Los Angeles, me doctoré en Chicago. En Nueva York aprendí mucho. Regresé con mi título de Productor de Radio y Televisión...".⁶⁶

Sin duda, los directivos de las organizaciones publicitarias sabían de los beneficios potenciales que representaba el tener un cuadro de productores capacitados no sólo para manejar los recursos del lenguaje radiofónico, sino, también, para proponer, para crear, nuevos programas y nuevos proyectos que ayudaran a mejorar la calidad de los contenidos, con el fin de atraer más escuchas y, por lo tanto, más ganancias.

Estos esfuerzos, sin embargo, no fueron suficientes para obtener los resultados más óptimos con respecto a la

⁶⁶ "Jesús Elizarrarás: Memorias de Pancho Villa", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 14 de enero de 1991.

NIVEL PRODUCTIVO

calidad de los contenidos radiofónicos. Porque, tal como lo explica el investigador José Luis Ortiz Garza, "salvo contadas excepciones, la pereza y escasez de inventiva de los productores nacionales, aunado a las mínimas facilidades y tacañería por parte de los dueños de las radiodifusoras, provocaban y daban cuenta de los bajos estándares de calidad".

En estas condiciones, la mayor parte de las veces, "la tarea de los productores nacionales exitosos solía reducirse a intentar plagios decorosos de realizaciones norteamericanas. Y si, como había sucedido con el programa de *Los Catedráticos del Aire*, una vez fusilado resultaba atractivo, se veía inmediatamente plagiado, copiado a su vez, robado de una manera tan sin gracia, que al poco tiempo de producirse el programa en cuestión, ya había uno similar en cada difusora de la capital... Pero no toda la culpa la llevaban los productores. Con presupuestos raquíticos, y sin contar con tiempo para planear y realizar ensayos, las producciones radiofónicas terminaban improvisándose en un marco de mediocridad generalizada".

De esta manera, "el radioescucha -continúa Ortiz Garza- recibía lo mismo, más o menos mal hecho, en todas las emisoras".⁶⁷

Así, entre la improvisación y el empirismo se desarrolló la producción de la radio mexicana por más de

⁶⁷ Ortiz Garza, José Luis, Op. cit, p. 157.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

tres décadas, y de la mano de ella, la capacitación de sus trabajadores en el nivel productivo. Esta etapa de la radiodifusión comercial, llegó a su fin en los últimos años de la década de los 60, cuando los empresarios de radio y televisión -encabezados por Emilio Azcárraga- decidieron dejar de llenar su tiempo de transmisión con las producciones de las agencias y anunciantes, quienes desde ese momento se limitaron sólo a producir los anuncios comerciales de las emisoras.

Algunos productores afirman que ni siquiera la aparición de la televisión -en 1950- provocó una crisis tan aguda en la producción de los contenidos radiofónicos, como la que se desencadenó con la retirada de las agencias de publicidad de este ámbito.

"Sí, (la aparición de) la televisión fue muy importante, pero la radio empezó a perder calor cuando las agencias de publicidad se dedicaron a colocar anuncios nada más. Ya no producían programas. Ya no contaban con aquella planta sensacional de producción. La vida de la XEW se debió, en buena medida, a las agencias de publicidad, que tenían su Departamento de Radio con locutores, actores, productores, escritores fabulosos. Las agencias de publicidad eran grandes compañías que estaban al servicio de la radio. El medio lo que tenía que hacer era proporcionarles todas las facilidades y vigilar todas las transmisiones", explicó el productor de radio y televisión, Luis de Llano Palmer.⁶⁸

⁶⁸ "Luis de Llano: aventura y riesgo", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 24 de febrero de 1992, p. 8.

NIVEL PRODUCTIVO

"A partir de que los medios (radio y televisión) -agregó sobre este mismo punto el productor Roberto Aguilar- empezaron a hacerse cargo de la producción, la calidad de ésta empezó a perderse porque se acabó el elemento más importante que funcionaba en aquel entonces: la competencia. Cada agencia trataba de hacer siempre los mejores programas y obtener los mejores *raitings*. A las emisoras de radio -que ya no producen- no les interesa buscar esto.

"En el radio desapareció ya el programa. El concepto actual del programa varía mucho de aquello que se hacía para entretener a la gente, para buscar los aspectos importantes de diversión, de distracción o de cultura. Eso llegó a convertirse ahora en reportajes de tipo periodístico, en programas de tipo *disc-jockey*, en donde se trata de vender, más, determinado artista, determinado disco y se olvidan de que en la comunicación lo más importante es establecer la corriente de ida y vuelta. El medio está enviando al auditorio algo. Y el auditorio debe sentirse contagiado de ello y debe responderle al medio de la reacción que está experimentando al escuchar aquello. Eso se logró en aquellas etapas de la radio... Desde el momento en que el medio no produce ni transmite esto, ha perdido fuerza".⁶⁹

El mismo Roberto Aguilar González coincide con algunos investigadores de la materia, al señalar que las causas que precipitaron esta situación tuvieron su origen

⁶⁹ Roberto Aguilar González, primera entrevista realizada el 21 de septiembre de 1992.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

en el juego de intereses económicos y de poder de los empresarios de la radio, y en los conflictos que se fueron agudizando, con el transcurso de los años, entre éstos y las agencias y anunciantes.

Es decir, los radiodifusores se dieron cuenta de que si ellos producían sus programas a través de fórmulas sencillas y baratas como la disquera, podían obtener una doble ganancia económica. Por un lado, cobrarían la producción a las disqueras y, por el otro, el tiempo de publicidad a los anunciantes. Además de que con este sistema, conservaban la dirección de los contenidos a transmitirse.

Los productores ya capacitados para la producción de programas radiofónicos fueron desplazados de las emisoras. En realidad, ya no se les necesitaba. Su trabajo empezó a estar de más, una vez que la producción de radio desapareció. Muchos de ellos se quedaron en las agencias de publicidad y se dedicaron a la producción de anuncios comerciales y campañas publicitarias. Y otros más, se fueron a la televisión.

En tanto, los avances que se habían alcanzado en materia de capacitación radiofónica a nivel productivo, también fueron truncados al desaparecer la producción. Resulta claro que cuando el personal creativo de las emisoras fue reducido a su mínima expresión y las ideas creativas dejaron de circular por los pasillos de las mismas, la necesidad de capacitación en esta área, también dejó de existir.

NIVEL PRODUCTIVO

Así pues, a partir de la década de los 70 la radio mexicana, ya como una industria de carácter nacional, entró en un profundo letargo, que fue sacudido por los acontecimientos que se sucedieron en el país en la segunda mitad de la década de los 80: los sismos de 1985 y las elecciones presidenciales de 1988.

Un letargo que hoy representa el mayor obstáculo a vencer, por los propios empresarios de la radio, para poder asegurarle un lugar a este medio de difusión masiva en las sociedades contemporáneas, cuyas transformaciones de fin de siglo plantean nuevas exigencias en torno a la calidad y la eficiencia de los productos que se le ofrecen.

2. EL PROCESO DE CERTIFICACION PARA LOCUTORES.

Casi paralelamente al auge que experimentó la radio mexicana con la entrada de las agencias de publicidad a su ámbito de acción, se desarrolló un elemento que ha influido, de manera particular, en la capacitación de los trabajadores del área de la producción radiofónica: la intervención del gobierno mexicano en el proceso de certificación de la preparación de quienes han asumido las tareas de la locución como la forma personal de desarrollo profesional.

Esta intervención gubernamental se ha materializado en los diversos reglamentos que han expedido las autoridades correspondientes, a lo largo de la historia de la radiodifusión, como una forma de vigilar -en más o en menos- una función que con el pasó del tiempo fue adquiriendo una importancia relevante, en la medida en que no sólo ha influido en la calidad de los contenidos de las emisoras, sino que además se ha transformado en la guía de actitudes, ideas, pensamientos, opiniones y conciencias dentro de la sociedad.

En este apartado revisaremos, precisamente, el contenido de estos reglamentos y las modificaciones que se les han introducido, en el marco de dos periodos históricos: el primero, de 1930 a 1959, cuando la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) fue la encargada de emitir este tipo de reglamentaciones; y el segundo, de 1960 a la fecha, tiempo en el que dicha función ha sido desempeñada por la Secretaría de Educación Pública (SEP).

A) DE LOS ANUNCIADORES.

Transcurrían los años veinte. Y en diferentes puntos del territorio nacional se sucedían acontecimientos importantes para el desarrollo de la radiodifusión mexicana.

Desde la ciudad de México -en septiembre de 1921- los hermanos Gómez Fernández inauguraban las transmisiones propiamente radiofónicas -en su etapa experimental-, al difundir el primer programa musical expresamente diseñado para entretener a un auditorio. En dicho programa -según registra la investigación de Felipe Gálvez Cancino- intervinieron sólo dos intérpretes: José Mojica, un joven seminarista de entre 22 o 24 años, y María de los Angeles Gómez Camacho, una niña de 11 años de edad, hija del doctor Enrique Gómez Fernández, quienes cantaron *Vorrei* de Paolo Tosti y *Tango Negro*, respectivamente.⁷⁰

Días más tarde -el 9 de octubre de 1921- en la ciudad de Monterrey, el ingeniero Constantino de Tárnava realizaba el "primer programa vivo de estudio" de su estación TND. La emisión tuvo lugar en su propia casa, la cual fue acondicionada con alfombras, cortinas y un piano *Stienway*. Y en ella participaron la soprano María Ytirria, los pianistas Carlos Pérez Maldonado y las señoras Sierra de Barragán y De Saint John Clerke, el tenor Aubrey Saint

⁷⁰ Gálvez Cancino, Felipe, Op. cit., p. 111.

NIVEL PRODUCTIVO

John Clerke, el solista doctor José F. Barragán Sierra y el declamador Eudoxio Villareal.⁷¹

En ambas transmisiones, como en todas aquellas que les siguieron, surgió como una constante, la necesidad de incluir a una persona que se encargara de dirigir el programa y de anunciar a cada uno de los intérpretes, de acuerdo con un orden previamente establecido, puesto que el público no podía verlos, sólo escucharlos.

Durante esta etapa experimental de la radio tal labor fue desempeñada, la mayor parte de las veces, por los mismos experimentadores de una manera informal, poco profesional y sin más pretensiones que las de dar una continuidad lógica a sus transmisiones.

Posteriormente, al arribar la década de los años 30, las funciones de este puesto de trabajo adquirieron nuevos matices.

Con el nacimiento de la XEW, dentro del panorama radiofónico, los hasta entonces anónimos anunciadores -como se les llamó en aquellos años a los locutores de ahora- adquirieron una singular personalidad, dada la popularidad que les proporcionó el nuevo medio de difusión.

"Fue la XEW la primera radiodifusora en el país en dar al locutor una jerarquía que jamás antes había tenido,

⁷¹ Ibidem., p. 120.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

al grado que quienes antes fueron simples anunciadores se convirtieron a su vez en un nuevo tipo de ídolos que vinieron a demostrar el poder de una voz que pasa a través de un aparato para introducirse a la intimidad de quien la escucha".⁷²

¿Cuál fue la preparación de estos trabajadores del micrófono? ¿De dónde surgieron? ¿Cómo fueron seleccionados? ¿De qué manera se capacitaron?

Por supuesto, como ocurrió en todos los ámbitos de la radiodifusión mexicana de estos años, tanto la selección de este personal, como su especialización y capacitación se efectuó sobre las bases de un empirismo generalizado.

Como sucedió con el resto del personal de base, la selección de los anunciadores fue realizada por los dueños de las emisoras, de acuerdo con su intuición, capacidad e intereses particulares. Sin más requisito que el de poseer una voz varonil o femenina -según el caso- agradable al oído.

En tanto, su especialización y capacitación se logró gracias a la experiencia que los mismos anunciadores fueron acumulando con el paso del tiempo y a través de la repetición constante de sus funciones.

Ello determinó la formación de anunciadores autodidactas, prácticos, inquietos, ávidos de conocimien-

⁷² Fuentes, Gloria, Op. cit., p. 69.

NIVEL PRODUCTIVO

tos y deseosos de destacar -como lo hacían los músicos, intérpretes y actores- entre el público radioescucha.

Sin embargo, no todos lograron este objetivo. Como parte de un proceso de selección natural, el auditorio consagró sólo a los más ingeniosos, a los más creativos, a aquellos que tenían el lenguaje más rico y más entusiasta, producto de su educación formal o autodidacta. En suma, el éxito sólo les llegó a quienes supieron hacer del lenguaje un verdadero vehículo de comunicación entre la emisora y los escuchas.

"Creo que lo que unía con mayor fuerza, como un cordón umbilical de acero, a la XEW con el público, eran las voces. Esas que tenían una permanencia de día y de noche en los hogares mexicanos. Esos hombres y mujeres fueron los que crearon la profesión de locutor. Primero la formaron y luego le imprimieron una gran dignidad", ha señalado al respecto el locutor Guillermo Núñez Keith.⁷³

De las radiodifusoras grandes como XEW surgieron las voces amigas del también cronista Alonso Sordo Noriega; de Pedro de Lille, creador del programa *La Hora Azul*, plataforma de lanzamiento de nuevos artistas; del "vate" Ricardo López Méndez, poeta yucateco; de Arturo García, el "locutor de las elegancias", hoy conocido como Arturo de Córdova; de Jorge Vélez, a quien se le conoció como "el novio de México"; de Luis Cáceres "El Cocuyo", voz de la W por más de 40 años, entre los más destacados.

⁷³ "La osadía de Núñez Keith", Op. cit.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En la XEB, la emisora de la cigarrera El Buen Tono, se hicieron populares las voces de Alonso Alvarado, Jesús Bennetts, Horacio Uzeta, Javier Manzanera, Humberto G. Tamayo, Enrique W. Curtiss, Jorge Marrón, Pedro Moreno, Raymundo Muciño Arroyo, Guillermo Núñez Keith, Francisco Moreno y Joaquín Gamboa, quien por su voz y dicción fue seleccionado para anunciar en español desde Inglaterra durante la Segunda Guerra Mundial.⁷⁴

Mientras que en la XEX sobresalieron Carlos Fradera Brunet, Ricardo Merino, Rubén Santos, Gabriel Olivas, Rafael Aguila, Adrián Fournier, Gonzalo Castellot, Rafael Vidal, Aurelio Pérez y el "Conejo" Germán Figaredo.

Caso aparte fue la XEQ, donde se efectuó una minuciosa selección de anunciadores basada en el trabajo de un jurado calificador: "los aspirantes, estratégicamente ocultos en una cabina y fuera de las miradas indiscretas, mandaban sus voces a las bocinas instaladas en la sala del vecino teatro Alamenda, donde los jueces atentos aceptaban o rechazaban las emisiones recibidas"⁷⁵.

A partir de estos procesos de selección diseñados por Enrique Contel, directivo de la emisora, quien -según afirma el investigador Jorge Mejía- tenía la certeza de que los locutores son factor decisivo para el triunfo o el fracaso de un programa de radio, en la XEQ destacaron:

74 Fuentes, Gloria, Op. cit., p. 72.

75 Mejía Prieto, Jorge, Op. cit., p. 62.

NIVEL PRODUCTIVO

Alfonso Flores López, Eduardo González Pliego, Rafael Rubio, Carlos Pickering, Dionisio González, Ramiro Gamboa, Jorge Labardini, Pedro Muro, Sergio García Villareal, Francisco Javier Camargo, José Hernández Chávez, Rogelio González, Salvador Pliego Montes, Leonel de Cervantes, Raúl Raygada, Mario Saoane Márquez, Bernardo Marrón Franytti, Ignacio Hernández Lumbreras, Jorge Zúñiga, Mario Agredano, Rubén Marín y Kall, Enrique Bermúdez, Luis Angel Cisneros.

Avanzada la década y con la introducción de nuevas formas de producción -como el control remoto- las funciones del anunciador se diversificaron y enriquecieron.

"Le voy a explicar a usted lo que era un locutor de la W, un día cualquiera: empezaba uno transmitiendo un desfile de modas, luego (una corrida) de toros, después el programa de Cri-Cri, cubría un control remoto de algún personaje famoso o la carrera panamericana o desde un cabaret famoso. Servíamos para todo y de manera muy profesional", explica el mismo Núñez Keith.

La importancia del papel del anunciador dentro de las emisoras y la difusión masiva se fue acrecentando con el paso de los años. Pronto empezaron a ser vistos, incluso, "como un grupo de iluminados capaces de manejar todo: tornamesas, campañas publicitarias, producción, dirección y animación de programas, locución de noticieros, de

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

poemas, de comerciales, etc."⁷⁶.

Y pronto también, el gobierno mexicano tuvo que tomar cartas en el asunto.

Dada la influencia que podían llegar a ejercer los anunciadores en el pensamiento y las actitudes del auditorio mexicano, las autoridades empezaron a reglamentar las características que éstos debían poseer para hacer uso de la palabra a través de este medio de difusión masiva.

Así, en 1936 -a más de una década de iniciada la radiodifusión en México- cuando ya existían en el territorio nacional 81 emisoras -cuya inversión económica rebasaba los tres millones de pesos- y 175 anunciadores⁷⁷, la SCOP -dependencia que verificaba los requisitos técnicos de las radiodifusoras y la preparación de los radioperadores- asumió esta responsabilidad, al incluir, por vez primera, en el "Reglamento de estaciones radioeléctricas comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados" un artículo que enumeraba los requerimientos legales que debían ser cumplidos por todo aquel que se desempeñara como anunciador.

⁷⁶ Y efectivamente, los anunciadores de la radio de aquellos días llegaron a efectuar todas estas actividades, muchas veces no con la conciencia de que ello aumentaría su influencia dentro de la actividad radiofónica, sino por el simple hecho de aumentar el monto de sus bajos salarios. Ortiz Garza, José Luis, Op. cit., p. 152.

⁷⁷ México a través de los informes..., Op. cit., p. 416.

NIVEL PRODUCTIVO

Textualmente el artículo 72 de este reglamento decía:

"Los anunciadores de las estaciones radiodifusoras comerciales y culturales para dedicarse a estas actividades, necesitan reunir los requisitos siguientes:

I. Ser mexicanos.

II. Estar autorizados por la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, para el desempeño de estos trabajos. Los permisos respectivos sólo se otorgarán a aquellas personas que demuestren tener adecuada preparación cultural que les permita desempeñar con eficacia su cometido."⁷⁸

La aportación de este documento al desarrollo de la capacitación radiofónica a nivel productivo -como se aprecia- es muy significativa, en tanto estableció la necesidad de obtener un permiso para poder hacer uso de la palabra en las radiodifusoras. Un permiso, cuya expedición se se determinó a partir de la preparación que cada aspirante a anunciador tuviera.

Sin embargo, es muy evidente, también, que este primer intento de certificación de la preparación de los anunciadores resultó ser aún muy limitado e impreciso, ya que no establecía los mecanismos a seguir para poder obtener el permiso de la SCOP, ni definía lo que significaba *tener adecuada preparación cultural*.

Tal vez por ello, estas medidas no tuvieron una aplicación práctica. Es decir, ningún anunciador de nin-

⁷⁸ "Reglamento de las estaciones radioeléctricas...", Op. cit, p. 10.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

guna radiodifusora del país se apegó a las disposiciones de este reglamento para obtener su permiso de trabajo. Así lo apuntan las declaraciones del doctor Fernando González Oviedo, productor y locutor de aquellos años, en las que señala que "la obligación de poseer una licencia de locutor surgió desde 1942, antes, cualquier gente podía hablar por radio"⁷⁹. Y de igual forma corroboran esta afirmación los archivos del Departamento de Certificación para Locutores de la Secretaría de Educación Pública (SEP), donde no existen expedientes de 1936, los más antiguos están fechados en 1942.

En ese año -1942-, una vez que el capital extranjero había consolidado su poder económico en esta industria y existían en el país un total de 155 emisoras comerciales y 7 oficiales, que daban empleo a 570 anunciadores⁸⁰, el gobierno mexicano expidió -el 20 de mayo- el "Reglamento de estaciones radiodifusoras comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados", el cual abrogó al de 1936, y delineó un nuevo proceso para certificar la preparación de los anunciadores, cuya vigencia abarcó 18 años de actividad radiofónica.

Por principio, este reglamento clasificó a los anunciadores en dos categorías: "A" y "B", a quienes les exigía -para poder ejercer- dos requisitos específicos:

⁷⁹ Entrevista realizada al doctor Fernando González Oviedo en la ciudad de Guadalajara, en marzo de 1992.

⁸⁰ México a través de los informes..., Op. cit., p. 419.

NIVEL PRODUCTIVO

ser mexicanos y poseer certificado de aptitud expedido, previo examen, por las autoridades de la SCOP.

Por lo que respecta al certificado de aptitud, se establecía que para obtenerlo los anunciadores tenían que demostrar -con certificado oficial- haber terminado la instrucción primaria en todos sus grados. Asimismo, era preciso que presentaran un examen en el que se les exigía: leer con toda corrección; poseer una voz clara e intelegible a través del micrófono; tener dicción correcta; pronunciar correctamente en idioma extranjero los nombres geográficos (sic), así como los autores de obras artísticas y literarias; y conocer la legislación y reglamentación vigentes sobre radiodifusión en su parte relativa.⁸¹

La diferencia entre el certificado de aptitud categoría "A" y el categoría "B" se determinaba a partir de la práctica de cada aspirante. Es decir, si el anunciador comprobaba que poseía experiencia de por lo menos un año en alguna radiodifusora, obtenía el certificado categoría "A", y si no, el de categoría "B".

De acuerdo con el mismo reglamento, esta clasificación afectaba directamente la labor cotidiana de las radiodifusoras, puesto que establecía que las estaciones de hasta 5,000 watts de potencia -a la manera

⁸¹ Hasta 1942 la legislación a la que se refería este punto, correspondía al Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación, sobre radiodifusión, y el reglamento del que se habla.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

de como se reglamentaba el empleo de los radioperadores en las plantas de transmisión- podían emplear anunciadores de cualquiera de las dos categorías. En cambio, a las emisoras de más de 5,000 watts de potencia, se les exigía tener cuando menos el 25% de sus anunciadores autorizados en la categoría "A".

Pero ello no fue todo. El reglamento de 1942 reconoció, por vez primera, la necesidad de certificar la preparación de los narradores, cronistas, conferencistas y críticos de radio, quienes de igual forma tuvieron que solicitar autorización a la SCOP para hacer uso de los micrófonos radiofónicos.

Como requisito general, a los narradores, cronistas y críticos se les exigía ser de nacionalidad mexicana. En tanto, de manera adicional, los narradores y cronistas tenían que comprobar la conclusión de sus estudios de primaria. Los segundos, además, tenían que presentar los "certificados que acrediten su capacidad para la actividad especial a que se dedique, extendidos por el organismo oficial que reglamente o controle dichas actividades o por las organizaciones de carácter privado respectivas".⁸²

De la misma manera, a los críticos se les requería "presentar certificado que los acredite que poseen amplios conocimientos en la actividad que se especialicen".⁸³

⁸² Reglamento de las estaciones radiodifusoras..., Op. cit., p. 11.

⁸³ Ibidem., pp. 11 y 12.

NIVEL PRODUCTIVO

En el caso de los conferencistas, éstos obtenían la autorización de la SCOP para dirigirse ante un auditorio radiofónico, al comprobar que poseían título profesional en la especialidad artística o científica de su competencia, o, simplemente, que contaban con una amplia experiencia que avalaba su capacidad como tales.

La importancia de estas medidas surgió de lo novedosas que resultaron para la época, y de los 18 años que permanecieron vigentes, certificando la preparación y la capacidad de los anunciadores en los años de mayor dinámica productiva y programática de la radio mexicana: las décadas de los años 40 y 50.

De acuerdo con el relato del doctor González Oviedo, no se presentó ningún tipo de resistencia por parte de los anunciadores que ya laboraban en las emisoras, ni de parte de los dueños de las mismas, para someterse a la examinación que les permitiría obtener el certificado de aptitud correspondiente.

De hecho, si tomamos en cuenta que las exigencias planteadas por la SCOP a los anunciadores fueron más de forma que de fondo, podremos entender por qué no se suscitó tal resistencia.

En este sentido, recordemos que el examen de aptitud de los anunciadores abundaba más en cuestiones de forma como la dicción, la claridad de la voz, la pronunciación de palabras en otros idiomas, etc. Mientras que en cuanto

a la preparación educativa y cultural, la SCOP sólo exigió a los anunciadores el certificado de instrucción elemental, es decir, el de primaria. Con este nivel de escolaridad se extendieron certificados de aptitud vitalicios, los que una vez obtenidos en poco podían garantizar la actualización constante del anunciador.

B) DE LOS LOCUTORES.

Con los niveles de escolaridad de sexto año de primaria de los anunciadores, como único requisito de preparación que legalmente se exigía a todos los trabajadores de la radio para desempeñar sus actividades, transcurrieron casi dos décadas de actividad radiofónica.

Durante este tiempo la radiodifusión y sus anunciadores adquirieron nuevas características. La primera se transformó en la industria nacional que consolidó sus propósitos comerciales por encima de los culturales de las emisoras oficiales. Y los segundos, dejaron de ser los maestros de ceremonias -anunciadores- de la radio de antaño, para convertirse en los populares locutores que, aún hoy, muchos recuerdan.

En 1960, se abrió -quizá- el paréntesis más importante en materia de legislación para los medios electrónicos de difusión masiva: la radio y la televisión.

NIVEL PRODUCTIVO

Durante el régimen constitucional de Adolfo López Mateos, el gobierno se dio a la tarea de revisar el conjunto de normas legales hasta entonces existentes en materia de radio y televisión. De tal revisión surgió -el 19 de enero de 1960- la Ley Federal de Radio y Televisión, como una medida reivindicatoria de la imagen gubernamental y "acompañada de declaraciones condenatorias a la actuación empresarial privada".⁸⁴

La tarea, sin embargo, no fue sencilla. Como lo expone la investigadora Fátima Fernández, para estas fechas los empresarios de la radio concesionada se habían consolidado como un verdadero grupo de presión, que desde su posición hegemónica buscaban, principalmente, influir en las decisiones gubernamentales para provecho propio, tal como explícitamente lo expresan, incluso, los Estatutos de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT).⁸⁵

Esta presión se ha manifestado, de manera más efectiva, especialmente en el ámbito de la legislación radiofónica; es decir, cuando las diversas autoridades han intentado limitar las prerrogativas y definir las responsabilidades de este grupo industrial, a través de la Ley. En este rubro se pueden incluir las reglamentaciones destinadas a certificar la preparación de los locutores, las cuales también han sido motivo de presión de parte de los radiodifusores hacia las autoridades.

⁸⁴ Fernández Christlieb, Fátima, *Los medios...*, Op. cit., p. 117.

⁸⁵ Cfr. Fernández Christlieb, Fátima, "La legislación sobre radio y televisión como vía de presión contra el Estado", en: *Ibidem.*, pp. 147-171.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En el caso de la Ley Federal de Radio y Televisión, la injerencia de los concesionarios se realizó en el proceso de debate y aprobación del proyecto de ley que se efectuó en la Cámara de Senadores.

Resulta conveniente transcribir las declaraciones del diputado federal Antonio Castro Leal, redactor de la primera versión de esta ley, sobre dicho proceso:

"Fue la primera ley sobre esa materia dictada en México. Tiene una serie de limitaciones debidas, principalmente, a la falta de experiencia. Yo fui en ese tiempo diputado, formé parte de la Comisión que la redactó y la defendí en la tribuna. Pasó después al Senado, en donde le hicieron algunas modificaciones.

"Los diputados nos consideramos un poco traicionados por el Senado, el cual reformó algunos de los puntos que nosotros considerábamos fundamentales. En primer lugar, en el proyecto preparado por nosotros, se establecía un máximo de minutos dedicados a los anuncios intercalados en los programas de radio y televisión.

"Los señores senadores -acaso por influencia de las empresas de esos servicios- sustituyeron nuestro texto por las siguientes palabras: *La propaganda comercial deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación.* Esta frase vaga, destruyó por completo nuestro propósito de impedir que se

NIVEL PRODUCTIVO

multiplicaran los anuncios".⁸⁶

Así, con el mismo propósito de no dañar los intereses lucrativos de los concesionarios, se integró a la Ley Federal de Radio y Televisión la función de certificación de los locutores, a la que se le imprimieron nuevas particularidades.

Para empezar, como resultado de la necesidad de que en el bagaje de conocimientos de los comunicadores prevalecieran las cuestiones culturales y no las técnicas, esta ley determinó que la certificación de locutores dejaba de ser competencia de la Secretaría de Comunicaciones, y que, a partir de este momento, pasaba a formar parte de las responsabilidades de la dependencia encargada de los aspectos educativos y culturales del país, la Secretaría de Educación Pública (SEP).⁸⁷

En estas nuevas circunstancias, la SEP se aprestó a expedir certificados, con carácter de vitalicios, a los aspirantes a locutores, bajo las siguientes reglas:

1. Las estaciones de radio y televisión sólo podrán laborar con locutores que posean certificado de aptitud, expedido por la SEP.

⁸⁶ Castro Leal, Antonio, "Radio y Televisión", en: Los medios de comunicación de masas en México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM, Serie de Estudios No. 10, México: 1969. Cit. por Fernández Christlieb, Fátima, *Ibidem.*, p. 157.

⁸⁷ Declaraciones del licenciado Ignacio Antonio Sánchez Villegas, Subjefe del Departamento de Certificación para Locutores, en entrevista realizada el 18 de febrero de 1992, en las instalaciones de la Unidad de Televisión Educativa.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

2. Los locutores de radio y televisión deberán ser mexicanos.

3. Los certificados de aptitud para locutores podrán ser de dos categorías, "A" o "B", de acuerdo con el grado de estudios del aspirante. Si posee el nivel bachillerato o equivalente, podrá obtener el certificado categoría "A", y si su nivel es de secundaria, podrá obtener el certificado "B".

4. Los concesionarios de ambos medios podrán emplear aprendices de locutores para que practiquen por periodos de 90 días -3 meses-, previo permiso de la SEP.

5. Las radiodifusoras y televisoras de hasta 10,000 watts de potencia podrán emplear locutores autorizados de cualquiera de las dos categorías. En tanto, las difusoras con potencias mayores, emplearán, cuando menos, al 50% de sus locutores autorizados con el certificado de categoría "A".

6. Cronistas y comentaristas también deberán ser de nacionalidad mexicana. Y, al igual que los locutores, tendrán que obtener certificado de aptitud que acredite su capacidad para la actividad especial a que se dediquen, el cual será expedido por la SEP.

Como se aprecia, en términos generales, la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) de 1960 conservó la esencia del reglamento de 1942 en materia de certificación

NIVEL PRODUCTIVO

de locutores. Aunque al respecto también introdujo cambios importantes, como el aumento en los niveles educativos de los aspirantes. Mientras el reglamento de 1942 exigía a los locutores el nivel de instrucción primaria, en 1960 la ley en cuestión estableció como requisito el haber concluido la secundaria o el bachillerato, para obtener el certificado de locutor de radio y televisión.

Asimismo, como una concesión novedosa, con respecto al reglamento de 1942, que se otorgó a los dueños de las emisoras, la LFRT creó los llamados permisos o prácticas de aprendices, para que los locutores sin certificado de aptitud empleados por las estaciones de radio y televisión, pudieran trabajar profesionalmente por hasta tres periodos de 90 días -9 meses-, en tanto se capacitaban sobre la práctica y tramitaban dicho documento.

Y, no obstante que del texto legal de 1960 se suprimió el requisito del examen previo a la expedición de certificados de aptitud, la SEP en la práctica conservó -del documento de 1942- no sólo este mecanismo como la vía principal para certificar la preparación de los futuros locutores, sino también el contenido del mismo, el cual fue dividido en dos secciones: la primera, incluía el examen escrito de cultura general (historia, literatura, música, etc.); y la segunda, abarcó los exámenes orales de práctica de cabina, pronunciación de palabras en idiomas extranjeros: inglés, alemán, francés e italiano, y cuestiones sobre la legislación vigente en materia de radio y televisión.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

De 1960 a la fecha, en más de 30 años de vigencia de la LFRT, el examen en cuestión ha sufrido diversos cambios. Algunos propiciados por las modas académicas y otros más, debidos a las presiones que los concesionarios han mantenido, a lo largo de la historia de la radio en nuestro país, sobre los gobiernos en turno y las instituciones públicas para que no entorpezcan sus objetivos de lucro y mercantilismo. Gobiernos que, al mismo tiempo, han cedido a estas presiones, en principio, por no tener otra opción y posteriormente, por la necesidad de encontrar en esta clase empresarial un aliado que apoye el proyecto político del partido en el poder.

Como parte de los cambios basados en las modas académicas y en las variantes de la concepción de la función social que desempeñan los locutores, se encuentra el que se registró en el examen de certificación a fines de la década de los 70, cuando se elevó el número de preguntas sobre cuestiones jurídicas y legales. Concretamente, se insertaron en este examen un mayor número de preguntas sobre la Constitución, la Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento, fue promulgado en abril de 1973.

Años después, con el auge de las escuelas de comunicación, el examen para locutores varió nuevamente, pero ahora con una inclinación hacia las teorías de la comunicación. Resultado de este auge, fue la inclusión de un apartado especial de preguntas que hacen referencia a esta área, en el examen escrito de cultura general.

NIVEL PRODUCTIVO

En tanto, en los últimos años se ha dado primacia a los conocimientos del manejo del idioma, los que entre sinonimia, antonimia, incorrecciones del idioma y redacción, integran un 40% del total del examen escrito.⁸⁸

Sin embargo, las modificaciones más importantes efectuadas al examen que ha pretendido certificar la preparación de los locutores, son los que se registraron a partir de las presiones de los concesionarios de la industria de radio y televisión, ya que ellas no sólo han cambiado el rumbo de la examinación, sino incluso, han determinado su misma existencia.

La primera de estas modificaciones se realizó poco tiempo después de que la SEP empezó a practicar estos exámenes, cuando las preguntas de cultura general se aplicaban sin la base de una guía de preparación. Esta, según aseguró el licenciado Sánchez Villegas, se tuvo que diseñar por el alto índice de reprobados que reportaron las primeras consultas.

De la misma manera, y por las mismas razones de reprobación, a fines de los 80 se eliminaron del examen de cabina las preguntas orales de geografía y política, dos materias que requieren de actualización permanente para estar al día en cuanto a los cambios que constantemente se registran en los datos que integran dichas áreas. Así,

⁸⁸ Datos proporcionados por el licenciado Ignacio Antonio Sánchez Villegas, el 18 de febrero de 1992.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

desde 1989, aproximadamente, estas preguntas fueron trasladadas a un apartado especial dentro del examen escrito, donde se garantizó que las preguntas, con respuestas opcionales, serían las mismas para cada uno de los aspirantes.

En ambos casos, los cambios respondieron también a los mismos propósitos: eliminar los obstáculos que pudieran perjudicar a las emisoras con respecto a la contratación de su personal y su propio funcionamiento, aunque ello conllevara al deterioro de la calidad en la preparación de sus locutores y sus transmisiones.

Sin embargo, la medida que puso fin al mecanismo que pudo haber enlazado de manera directa a los egresados de la licenciatura en ciencias de la comunicación con la industria de radio y televisión, y terminó con el sistema que, en más o en menos, había coadyuvado a mantener un nivel decoroso en las transmisiones radiofónicas, fue la que inició en 1991 y culminó en octubre de 1992 con la supresión del examen de certificación.

En 1991, por petición de los industriales de radio y televisión, representantes de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación, la Unidad de Televisión Educativa (UTE) de la Secretaría de Educación Pública, de los sindicatos mayoritarios de la industria -STIRT y SITATYR- y de los propios empresarios, se reunieron para tratar dos puntos: la simplificación administrativa de la certificación de

NIVEL PRODUCTIVO

locutores y el establecimiento de nuevos mecanismos para mejorar, de modo permanente, el nivel profesional y cultural de los mismos.⁸⁹

De acuerdo con ello, reporta la CIRT, se realizaron diversos diagnósticos, entre los que destacó el levantamiento de una encuesta a nivel nacional, que permitió obtener la opinión de locutores, concesionarios, directivos de estaciones públicas y privadas de radio y televisión, así como de funcionarios de las Secretarías de Educación Pública y de Gobernación, involucrados en la reglamentación de esta actividad.

El cuestionario, distribuido por las instituciones representadas, entre sus miembros, se aplicó en todo el país y sus resultados se concentraron en un estudio realizado por el Gabinete de Estudios de Opinión, S. C. En ellos se encontró que existía necesidad de:

1. Descentralizar el sistema de certificación de locutores.
2. Flexibilizar el proceso de certificación.
3. Buscar formas de capacitación permanente que permitan mejorar la calidad de la locución en todo el país.

Sin embargo, pese a este diagnóstico, ninguna de estas necesidades fueron subsanadas. Por el contrario, antes de efectuar el menor esfuerzo para realizar acciones

⁸⁹ "Nuevos procedimientos para obtener la licencia de locutor", en: *Antena*, No. 165, CIRT, México: febrero de 1993, p. 8.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

concretas para terminar con estas carencias, los representantes de los sectores confluyentes en este ámbito, optaron por terminar con el proceso de certificación de la preparación de los locutores y con el medio que desde 1942 había servido como el único incentivo directo que obligaba a los locutores a actualizar sus conocimientos.

Así, en el marco de la Semana Nacional de Radio y Televisión efectuada en octubre de 1992, Adrián Aguirre Gómez, en su calidad de presidente del Consejo Directivo de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), demandó al presidente Carlos Salinas de Gortari hacer más fluidos los trámites para obtener la licencia de locutores para radio y televisión.

De inmediato, el jefe del Ejecutivo -en el mismo acto- dio instrucciones al secretario de Educación Pública, Ernesto Zedillo, para que en un plazo de 30 días se diera respuesta a la demanda de los industriales, por medio del establecimiento de nuevos procedimientos ágiles y eficaces que permitieran, al mismo tiempo, cumplir con la ley, obtener los certificados de aptitud para locutores y continuar con el trabajo en las radiodifusoras.⁹⁰

De esta manera, el 14 de octubre de 1992 la SEP publicó en el *Diario Oficial*, el acuerdo número 169 relativo a la expedición de certificados de aptitud de locutores, cronistas y comentaristas, a través del cual se

⁹⁰ "Pluralidad, pide CSG a radio y TV", en: *La Jornada*, México: 6 de octubre de 1992, pp. 12 y 8.

NIVEL PRODUCTIVO

suprimió oficialmente el examen de certificación y se determinaron nuevos procedimientos -Ver Cuadro 12- para realizar el trámite de expedición del certificado respectivo, entre los que destaca la presentación de una carta de la difusora que respalde el trabajo del locutor aspirante.

Asimismo, este documento confirió a los concesionarios de radio y televisión, por conducto de la CIRT, en coordinación con las autoridades competentes, la responsabilidad de realizar actividades de capacitación constante y permanente para los locutores.⁹¹

Al respecto, el 2 de noviembre de ese mismo año, el gerente general de la CIRT, licenciado César Hernández Espejo, anunció que a más tardar en enero de 1993 esta estaría listo el "*Sistema de actualización profesional para locutores*", es decir, una serie de cursos y seminarios en donde se "hará un repaso de todo lo que un locutor profesional debe saber". La primera fase de este sistema -dijo en aquella ocasión el licenciado Hernández Espejo- estará dirigida a todos los profesionales del micrófono del Distrito Federal y las clases se impartirían en las instalaciones de la Unidad de Televisión Educativa (UTE) de la SEP.

Metodológicamente, se proyectó que este sistema tendría como base el mecanismo denominado "*Multimedia*"

⁹¹ "Acuerdo número 169, relativo a la expedición de certificados de aptitud de locutores, de cronistas y de comentaristas", en: *Diario Oficial*, México: 14 de octubre de 1992, pp. 4 y 5.

CUADRO No. 12

NUEVOS REQUISITOS PARA TRAMITAR EL CERTIFICADO DE LOCUTOR			
SITUACION DEL ASPIRANTE	Aspirante no aprobado y con expediente completo en la UTE.	Aspirante con fecha de examen y expediente completo en la UTE.	Aspirante nuevo sin expediente.
DOCUMENTOS			
Certificado de estudios: Bachillerato Categoría "A" Secundaria Categoría "B"			ORIGINAL Y COPIA
Acta de Nacimiento			ORIGINAL Y COPIA
Fotografías: 4 Diplomas 4 Credencial			OVALADAS Y DE FRENTE
2 Cartas de Recomendación			ORIGINAL Y COPIA
Carta de difusora en la que conste su trabajo	ORIGINAL Y COPIA	ORIGINAL Y COPIA	ORIGINAL Y COPIA
Pago de derechos	Formato HD-2 \$6,200	Formato HD-2 \$6,200	Formato HD-2 \$6,200

Fuente: Antena, No. 165, CIRT, México: febrero de 1993, p. 8.

NIVEL PRODUCTIVO

porque en él se interrelacionarían varios medios. De esta manera, se pensó que los locutores contarían con un texto, el cual los remitiría a una cinta de audio y video.⁹²

Sin embargo, como veremos más adelante, en el siguiente capítulo, este proyecto aún sigue pendiente y en espera de que este compromiso no se transforme en una falsa promesa que termine por deteriorar la preparación de los locutores y la calidad de las transmisiones que los mismos efectúan.

Como se aprecia, la reforma al procedimiento de certificación de locutores, se puede resumir como la sustitución del examen por la carta de respaldo -al aspirante- de una radiodifusora o televisora. El resto de los requerimientos, incluyendo el de la responsabilidad de la CIRT de capacitar a sus locutores, en todo caso, ya existían desde antes que se realizara esta modificación.

Por lo que respecta al programa permanente de capacitación -segundo objetivo de la reforma de 1992- hasta 1994 éste no había sido, siquiera, presentado ante las autoridades para su futura aplicación. En su lugar, diversas opiniones en contra y a favor de la supresión del examen, la expedición de licencias de locución sin ningún mecanismo de certificación por parte de las emisoras y las pocas ganas de los industriales por hacer efectivo un programa de capacitación para locutores, ocuparon los

⁹² "ICIRT profesionalizará locutores. Atiende a más de 600 empresas en todo el país", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 2 de noviembre de 1992, p. 8.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

principales esfuerzos de los involucrados -autoridades, locutores y concesionarios- durante los casi dos años que han transcurrido desde entonces.

3. LAS TRANSFORMACIONES DE LOS AÑOS 50: NUEVAS ORGANIZACIONES PARA LA RADIO MEXICANA.

La década de los años 50 imprimió nuevos rasgos que transformaron la estructura y el funcionamiento de la radiodifusión mexicana. Estos cambios se originaron a partir de dos acontecimientos: la inauguración -el 31 de agosto de 1950- de XHTV Canal 4, la primera estación de televisión en México, y el establecimiento -en mayo de 1952- de la primera emisora en la banda de Frecuencia Modulada (FM) dentro del cuadrante nacional, la XHFM, Radio Joya.

Por principio, la llegada de la televisión a nuestro país, desató una nueva oleada de efervescencia en todos los estratos de la sociedad. Las posibilidades de ir más allá de la voz, de captar trozos de la realidad y trasladarlos a un receptor de uso doméstico, entusiasmó a muchos y preocupó a otros.

Así, mientras la televisión en tan sólo 8 años inauguró 7 estaciones en igual número de ciudades de la República -Distrito Federal, Tijuana (Baja California), Ciudad Juárez (Chihuahua), Monterrey (Nuevo León), Nuevo Laredo (Tamaulipas), Ciudad Madero (Tamaulipas) y Chihuahua (Chihuahua)⁹³-, la radiodifusión comercial parecía empezar a declinar.

"Voces pesimistas -señala el investigador Jorge Me-

⁹³ México a través de los informes..., Op. cit., p. 426.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

jía Prieto- auguraban su extinción. Hubo temor económico entre algunos pusilánimes concesionarios, que prefirieron deshacerse de sus emisoras. Otros, más valerosos o con mejor visión, entendieron que las fórmulas hasta entonces vigentes eran inoperantes. Y decidieron cambiarlas".⁹⁴

Había terminado el reinado de la radio como único medio dentro del mercado de la difusión masiva. Con el arribo de la televisión, las radiodifusoras tuvieron que diseñar, por vez primera, nuevos mecanismos para poder sobrevivir a la competencia impuesta por las televisoras.

De esta manera, inició una etapa de transición en la que la mayor parte de los concesionarios dirigieron todos sus esfuerzos a reducir costos de producción y a inyectar mayor dinamismo a la programación a través de la adopción de esquemas copiados de la radio estadounidense, dejando de lado la participación de sus trabajadores. Así la producción de programas en vivo fue "desapareciendo al introducirse en México el nuevo sistema de programación y pseudoproducción: el modelo California ("*Top 40*"), que hasta la fecha requiere básicamente de la participación de la industria discográfica que aporta las melodías gratuitamente e incluso paga para que éstas sean programadas; asimismo necesita de un operador y un locutor, de un reducido estudio, de una frecuencia asignada y eso sí, un buen paquete de *spots* publicitarios".⁹⁵

⁹⁴ Mejía Prieto, Jorge, Op. cit., p. 155.

⁹⁵ Osorio Carranza, Hermelinda, "La preparación profesional de los comunicadores sociales para la radio", en: Foro de Consulta Popular, ponencia leída en Hermosillo, Sonora, el 2 de mayo de 1983.

NIVEL PRODUCTIVO

En este largo camino que duraría casi dos décadas, los primeros pasos los dieron estaciones como Radio 6.20 y Radio Centro, que empezaron a captar altos índices de auditorio por medio de una programación de perfil definido. Radio 6.20 orientaba su programación hacia el gusto de los jóvenes. Y Radio Centro, seleccionaba música para recordar.

Tiempo después, Francisco Aguirre continuó este proceso. En 1958, compró a Mario F. Rodríguez la emisora XEJP, con la intención de darle una fisonomía revolucionaria en el medio. Así, XEJP se fue a su nuevo local en Artículo 123 número 90, para ser bautizada con el nombre de *Radio Variedades*. Desde este momento se puso en marcha el proyecto que dirigió Ramiro Garza, de crear "una radio dinámica, veloz y alegre; una radio que se ponía en contacto directo con su auditorio para animar sus fiestas y vida cotidiana, y para ofrecer regalos y novedad. Radio Variedades dio la pauta que muchas estaciones siguen calcando y deformando lamentablemente".⁹⁶

De esta manera, pronto también la "W" y la "Q" se volvieron en gran proporción "disqueras". En tanto, XERPM -hoy Radio Red- empezó a destacar por sus programas periodísticos y sus locutores.

El toque final de este proceso de transformación de la producción y la programación radiofónica, lo dieron, por un lado, el distanciamiento entre concesionarios y

96 Mejía Prieto, Jorge, Op. cit., p. 156.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

anunciantes que culminó con la salida de las agencias de publicidad de la radio, de lo cual ya se habló en apartados anteriores. Y, por el otro, la creación de la primera radiodifusora comercial en Frecuencia Modulada (FM), Radio Joya; hecho que abrió nuevas posibilidades de competencia para los concesionarios de radio a través del uso de esta nueva tecnología.

Estas posibilidades, sin embargo, no fueron reconocidas de manera inmediata.

Gabriel Sosa Plata hace una recopilación de las peripecias que tuvo que sortear Federico Obregón Cruces para instalar su emisora, Radio Joya, y para mantenerla con vida por cinco largos años de trabajo, que hoy en día se han multiplicado para dar vida a 311 radiodifusoras comerciales de FM y a la Asociación de Radiodifusores de Frecuencia Modulada (ARFM), cuyo nacimiento ocurrió el 23 de abril de 1970.

"A poco más de un año de terminar la Segunda Guerra Mundial, el queretano Federico Obregón solicitó una concesión de FM al entonces secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, general Francisco J. Ramírez. Esto ocurrió el 9 de diciembre de 1946. Dos años después, el 28 de diciembre de 1948, fue autorizada la instalación de la estación a la que Obregón le dio por nombre Radio Joya. Su potencia era de un solo kilowatt y su frecuencia era de 94.1 megaciclos.

NIVEL PRODUCTIVO

"Ya establecida, Radio Joya inició pruebas desde 1949 con una planta improvisada hasta que en mayo de 1952 salió definitivamente al aire una vez que se adquirió el transmisor; contaban con cuatro locutores..."⁹⁷

Los primeros años de vida de Radio Joya fueron difíciles por la falta de credibilidad y de confianza que existía entre los anunciantes con respecto a esta nueva opción radiofónica, y porque el número de radioreceptores de FM era aún muy reducido y, por tanto, daba pocas posibilidades, a esta emisora, de tener un número elevado de escuchas.

En estas condiciones, el crecimiento de la FM fue lento en principio, pero una vez que mostró sus cualidades para reproducir fidedignamente el sonido, especialmente la música, y el número de receptores de FM aumentó, las emisoras de la Frecuencia Modulada encontraron un espacio dentro del nuevo formato disquero, cuyo dominio se extendió a la mayor parte del cuadrante nacional, de manera más clara, a finales de la década de los 60.

Así, mientras durante la década de los 50 únicamente tres emisoras de este tipo iniciaron sus transmisiones, en los años siguientes este número aumentó a 11, 52, 102, 174, 206 y 237 en 1964, 1970, 1976, 1982, 1988 y 1992, respectivamente.

⁹⁷ Sosa Plata, Gabriel, "40 años de la Frecuencia Modulada en México", en: *Antena*, No. 163, CIAT, México: mayo-junio de 1992, pp. 14-19.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Asimismo, alrededor de este ambiente que se caracterizó por la venta de estaciones de radio, reorganizaciones, cambio de nombres, chispasos de originalidad e imitaciones descaradas, se forjaron, también, las primeras agrupaciones nacionales de los diferentes sectores que confluyen en la actividad radiofónica, las cuales representan el único elemento rescatable de la época para el seguimiento del desarrollo de la capacitación radiofónica, que estamos efectuando.

La importancia de la existencia de las agrupaciones que surgieron en estos años, para nuestro tema de estudio, radica en el hecho de que a través del tiempo en ellas ha recaído la responsabilidad de impulsar la preparación de los trabajadores de la industria radiofónica nacional.

De esta manera, en el presente apartado reseñaremos, brevemente, por orden de aparición, el surgimiento y parte del desarrollo ulterior que tuvieron las organizaciones de los concesionarios, los trabajadores y los locutores.

A) LOS CONCESIONARIOS Y LA CIRT.

En materia de organización de agrupaciones encaminadas a dirigir los intereses de grupo de los diferentes sectores que integran al ámbito de la radiodifusión comercial, los dueños de las emisoras -concesionarios- fueron quienes dieron los primeros pasos.

NIVEL PRODUCTIVO

Los antecedentes de la actual organización que agrupa a los radiodifusores se remontan al 18 de agosto de 1936, cuando el gobierno del presidente Cárdenas promulgó la Ley de Cámaras de Comercio y de las de Industria, mediante la cual se obligó a los comerciantes industriales de cada rama económica a integrarse en su cámara respectiva, para constituirse en órganos de colaboración del Estado.⁹⁸

A partir de esta obligación legal, siete radiodifusores de provincia: Clemente Serna Martínez (XET) de Monterrey, Fernando Pazos Sosa (XEU) de Veracruz, Roberto Meneses (XEJ) de Ciudad Juárez, Mario Bozzano (XED) de Guadalajara, José Rodríguez López (XETF) de Veracruz, Rodolfo Juárez (XECZ) de San Luis Potosí y José Expedito Martínez (XEFW) de Tampico, se reunieron el 23 de febrero de 1937 en el Restaurante Manhattan de la ciudad de México, para formar un frente de emisoras, al que llamaron Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AMER).⁹⁹

La mesa directiva de aquella naciente AMER, quedó formalmente integrada por: Clemente Serna, presidente; Roberto Meneses, secretario; Fernando Pazos, tesorero; Mario Bozzano, primer vocal; José Rodríguez López, segundo vocal; José Expedito Martínez, tercer vocal, y Rodolfo Juárez, cuarto vocal.

La idea que llevó a estos concesionarios a dar vida

⁹⁸ Fernández Christlieb, Fátima, *Los medios...*, Op. cit., p. 99.

⁹⁹ Fernández Christlieb, Fátima, *La radio mexicana...*, Op. cit., pp. 37 y 38.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

a la AMER, fue la de formar una unión de las estaciones de los estados para mejorar sus condiciones y coordinar un intercambio técnico y comercial entre las mismas.

Sin embargo, todo este trabajo se vino abajo cuando el presidente de la AMER, Clemente Serna Martínez, estrechó relaciones amistosas y laborales con el dueño de la XEW de la capital, Emilio Azcárraga Vidaurreta, quien convenció a aquél para que diera marcha atrás a la idea de formar este. Serna Martínez abandonó su natal Monterrey -y a la AMER- y se trasladó a la capital de la República desde donde, en colaboración con Azcárraga, promovió la creación de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (CIR), la cual quedó constituida el 15 de diciembre de 1941, al suscribirse, ante el notario público Rafael Oliveros Delgado, el acta protocolizada con el número 16409.

Es decir, una vez que la actividad radiofónica se había consolidado comercialmente, en mucho, gracias al trabajo que desde 1930 venía realizando Azcárraga Vidaurreta, con la fundación de la XEW, "La Voz de la América Latina desde México"; con la consolidación de las cadenas XEW-NBC y XEQ-CBS, que desde 1937 empezaron a afiliarse estaciones nacientes en distintos puntos del país; y con la creación de la empresa Radio Programas de México (RPM) -el 31 de mayo de 1941- la cual tuvo como finalidad "encauzar todas las actividades relacionadas con ambas ca-

NIVEL PRODUCTIVO

denas, así como las que competen a la producción y anuncios radiofónicos".¹⁰⁰

Y cuando -según datos de la Secretaría de Comunicaciones- había en México 125 radiodifusoras, 34 de ellas en el Distrito Federal, de las cuales algunas emitían con 50 mil watts de potencia y otras hasta con 100 mil watts.¹⁰¹

Emilio Azcárraga fue nombrado primer presidente del Consejo Directivo de la CIR y Clemente Serna, presidente del Consejo Nacional de la misma, órgano creado para representar los intereses de los concesionarios de la provincia.

Años después, en 1970, la CIR modificó su nombre al que actualmente la identifica: Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), al afiliar a los concesionarios de los canales televisivos.

A través de su nueva organización los radiodifusores adquirieron el reconocimiento oficial como una agrupación industrial, de carácter nacional y comercial¹⁰²; establecieron un frente común para la defensa de sus beneficios particulares, y centralizaron las acciones de

¹⁰⁰ Ibidem., p. 40.

¹⁰¹ México a través de los informes..., Op. cit., p. 418.

¹⁰² De hecho, resulta interesante destacar que la CIRT como organización empresarial se relaciona directamente con la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) y no con la Secretaría de Educación Pública (SEP).

NIVEL PRODUCTIVO

denas, así como las que competen a la producción y anuncios radiofónicos".¹⁰⁰

Y cuando -según datos de la Secretaría de Comunicaciones- había en México 125 radiodifusoras, 34 de ellas en el Distrito Federal, de las cuales algunas emitían con 50 mil watts de potencia y otras hasta con 100 mil watts.¹⁰¹

Emilio Azcárraga fue nombrado primer presidente del Consejo Directivo de la CIR y Clemente Serna, presidente del Consejo Nacional de la misma, órgano creado para representar los intereses de los concesionarios de la provincia.

Años después, en 1970, la CIR modificó su nombre al que actualmente la identifica: Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), al afiliar a los concesionarios de los canales televisivos.

A través de su nueva organización los radiodifusores adquirieron el reconocimiento oficial como una agrupación industrial, de carácter nacional y comercial¹⁰²; establecieron un frente común para la defensa de sus beneficios particulares, y centralizaron las acciones de

¹⁰⁰ Ibidem., p. 40.

¹⁰¹ México a través de los informes..., Op. cit., p. 418.

¹⁰² De hecho, resulta interesante destacar que la CIRT como organización empresarial se relaciona directamente con la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) y no con la Secretaría de Educación Pública (SEP).

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

la agrupación, principalmente, en los intereses de los concesionarios de la capital del país.

Hoy la CIRT es una organización miembro de la CONCAMIN (Confederación Nacional de Cámaras Industriales), que se autodefine como "una institución pública, autónoma, de duración indefinida y con personalidad jurídica distinta de la de cada uno de sus miembros".¹⁰³

Su política general se encuentra claramente delineada en tres de sus objetivos:

1º Estudiar todas las cuestiones que afecten a las actividades industriales de radio y televisión y proveer a las medidas que tiendan al desarrollo de las mismas.

2º Participar en la defensa de los intereses particulares de sus socios sin más limitaciones que las señaladas por la Ley de Cámaras de Comercio y de las de Industria.

3º Ejercer el derecho de petición, haciendo las representaciones necesarias ante las Autoridades Federales, de los Estados y de los Municipios de la República y *solicitar de ellas, según el caso, la expedición, modificación o derogación de leyes y disposiciones administrativas que afecten a la actividad industrial que la constituyen.*¹⁰⁴

¹⁰³ Artículo 7 de los Estatutos de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, en: *Anuario Oficial de la CIRT*, México: 1989 y 1990.

¹⁰⁴ El subrayado es mío, Artículo 11, *Ibidem*.

NIVEL PRODUCTIVO

Política que se ha llevado a la práctica a través de las instancias que estructuran a la CIRT: la Asamblea General, el Consejo Directivo, el Consejo Consultivo, las Delegaciones y los Comités.

La Asamblea General, de acuerdo con los estatutos de la CIRT, es el órgano supremo de la Cámara. Se reúne ordinariamente una vez al año, a principios de octubre, durante la Semana Nacional de Radio y Televisión. Asimismo, posee facultades para:

1. Revisar y aprobar en su caso: el informe de las actividades desarrolladas por el Consejo Directivo durante el año en gestión; las cuentas correspondientes al mismo periodo, y los programas de labores y el presupuesto de ingresos y egresos para el año siguiente.
2. Resolver sobre las iniciativas o ponencias que le presenten el Consejo Directivo, el Consejo Consultivo o los socios, tomando las decisiones que procedan.
3. Designar a las personas que hayan de representar a la Cámara en las diversas comisiones administrativas, de acuerdo con las disposiciones legales relativas.
4. Nombrar a los miembros de sus órganos de administración: el Consejo Directivo, el Consejo Consultivo, las Delegaciones y los Comités.¹⁰⁵

¹⁰⁵ Capítulo VII, *Ibidem*.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

El Consejo Directivo es el órgano administrativo y ejecutivo de la Cámara. Está integrado por 22 miembros electos en la Asamblea General Ordinaria. Su presidente representa a la CIRT y es quien delinea la política a seguir por el organismo empresarial, sus instancias y sus organismos ante el Estado y la sociedad. El presidente dura en funciones un año y sólo puede ser reelecto por otro año más de manera consecutiva.

Asimismo, este órgano tiene la facultad para nombrar o remover al Gerente General, a los Asesores y a los Jefes de Departamento, quienes son considerados empleados de confianza; así como de fijar el monto de sus remuneraciones. Actualmente, la CIRT está dividida en seis gerencias: Jurídica, Técnica, Administrativa, de Relaciones Públicas, de Información y de Capacitación¹⁰⁶, mismas que a su vez, proporcionan servicios de asesoría a los miembros de la CIRT en cada una de sus áreas de acción.¹⁰⁷

El Consejo Consultivo -antes Consejo Nacional- es el órgano que agrupa a los representantes de los 31 estados de la República y el Distrito Federal. Su carácter es nacional. Sus reuniones ordinarias -dos al año- se realizan en el interior del país para debatir sobre la problemática de la industria dentro de las diferentes regiones que la conforman. Sin embargo, como se señaló en

¹⁰⁶ Esta gerencia fue creada en 1986, a raíz de las modificaciones legales de 1978 que se efectuaron en materia de capacitación.

¹⁰⁷ Capítulo VIII, Estatutos..., Op. cit.

NIVEL PRODUCTIVO

el primer capítulo de esta investigación, los acuerdos a los que se llegan en estas reuniones, no son de carácter resolutivo. Más bien, son el medio a través del cual el Consejo Directivo conoce las circunstancias de trabajo de los socios del interior de la República, para, posteriormente, tomar las decisiones que se requieran.¹⁰⁸

Las Delegaciones son los órganos de acción de la Cámara en los asuntos correspondientes a su jurisdicción o en ejecución de los acuerdos de las Asambleas Generales o del Consejo Directivo. Actualmente, la CIRT está compuesta por 31 delegaciones en todo el territorio nacional.¹⁰⁹

Finalmente, dentro de la CIRT existen seis Comités: de Radiodifusión, de Fomento, de Conciliación, de Ética, de Relaciones y de Planeación y Desarrollo, los cuales se encargan del estudio y dictamen de todos aquellos asuntos que se aborden en la Asamblea General y no sean de obvia resolución ni puedan someterse al conocimiento y la determinación del Consejo Directivo.

Dentro de estas instancias, desde 1986, los empresarios de radio y televisión abrieron un espacio para crear instancias y disposiciones que les permitan cumplir con la obligación que les confiere la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, de proporcionar capacitación a sus trabajadores.

¹⁰⁸ Capítulo X, *Ibidem*.

¹⁰⁹ Capítulo IX, *Ibidem*. Sólo dos estados de la República están fusionados en una sola delegación: Puebla y Tlaxcala.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Al respecto, cabe señalar que aunque esta obligación ha sido asumida por los concesionarios por medio de su organización, hasta hoy dentro de los estatutos de la CIRT no se ha incluido a la capacitación como uno de los diversos servicios gratuitos que ofrece la Cámara a sus socios.

De hecho, como veremos en el siguiente capítulo, la capacitación que proporciona el organismo empresarial a sus trabajadores, está determinada por la capacidad económica que cada concesionario posea para adquirir los diferentes cursos que ha elaborado la CIRT para tal fin. En estas circunstancias, sólo aquel radiodifusor que tenga interés y dinero podrá capacitar a sus trabajadores. Los demás pueden no hacerlo, desde el punto de vista de la Cámara, puesto que no existe ningún mecanismo dentro de la misma organización empresarial que los obligue a ello.

B) LOS TRABAJADORES Y SUS SINDICATOS.

El segundo sector de la actividad radiofónica que se cohesionó en torno a una organización propia, con el fin de unificar esfuerzos y defender sus intereses de grupo, fue el de los trabajadores, cuya actividad sindical se ha desarrollado prácticamente de manera paralela al crecimiento registrado por la industria de la radio y la televisión.

NIVEL PRODUCTIVO

En el caso de la radidifusión, las primeras organizaciones laborales de este tipo se remiten a 1939. En este año, obtuvo su registro el Sindicato de Empleados Administrativos de la Radio Mexicana del Centro S. A., que agrupaba a los trabajadores de la XEQ. Años más tarde, este organismo se fusionó con el Sindicato Industrial de Empleados y Artistas de Radio que agrupaba a los trabajadores de la XEW, y tiempo después, a esta asociación se unió, también, el sindicato de la XEX, una vez que esta emisora fue adquirida por Emilio Azcárraga.¹¹⁰

En estos primeros años, tanto estas organizaciones laborales, como muchas otras que surgieron en diferentes puntos del territorio nacional, se distinguieron por su carácter local, de sindicatos de empresa, los cuales simplemente se ocupaban de representar a todos los trabajadores de la misma radiodifusora, sin importar la especialidad o el grado de calificación de cada uno de ellos, frente a la autoridad laboral.

Pero conforme se incrementaron las emisoras y dio inicio el desarrollo de la televisión, las organizaciones sindicales se fueron multiplicando y disputando, entre sí, a la manera de como lo hacían las empresas difusoras, el dominio del ámbito laboral. "Sin embargo, en la medida en que se unificaban los intereses de los empresarios, y se monopolizaba la industria, los sindicatos se fueron fusionando".¹¹¹

¹¹⁰ Ortega Ramírez, Patricia, "Los trabajadores de la radio...", Op. cit., p. 42.

¹¹¹ Ibidem.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Así, en el lapso que abarca los momentos de mayor auge en la radiodifusión y la llegada de la televisión a México, se gestaron las dos organizaciones sindicales de carácter nacional -una en radio y otra en televisión- que hoy poseen la titularidad del Contrato-Ley de la Industria de Radio y Televisión: el Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana (STIRT) y el Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio, Similares y Conexos de la República Mexicana (SITATyR).

Originalmente, el STIRT nació en 1946 como una sección del Sindicato de Electricistas de la República Mexicana, dentro de la Confederación de Trabajadores de México (CTM).¹¹²

Fue el primero de marzo de 1947, cuando dicha sección se constituyó como una organización diferente a la de los electricistas, como el sindicato de la industria radiofónica nacional, que fue denominado Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión y Similares de la República Mexicana (STIR).

El 27 de octubre de ese mismo año, obtuvo su registro oficial de parte de la Secretaría del Trabajo, con 111 trabajadores de 13 estaciones del Distrito Federal, Puebla

¹¹² Datos proporcionados por el señor Manuel Bonilla, miembro del Comité Nacional del STIRT y locutor de Radio Fórmula, en entrevista realizada el 8 de diciembre de 1993, y "Discurso de Inauguración de los Trabajos del IX Congreso Nacional del STIRT", Netzahualcóyotl de la Vega, secretario general del STIRT, 9 de abril de 1992.

NIVEL PRODUCTIVO

y Veracruz: XEQR, XERQ, XEML, XEBZ, XERC, XELZ, XEL, XEQK, XEJP, XEAI, XEHR, XEDC y XECC.

Con esta denominación y con el único fin de afiliar el mayor número de empleados de las diversas emisoras de radio ya establecidas y de las próximas a crearse, se mantuvo el STIR hasta 1968, porque en ese año al otorgarse las concesiones de los canales de televisión 13 y 7, su Comité Nacional negoció y obtuvo la titularidad de los contratos colectivos de dichas empresas. De esta manera, a partir de 1968 el STIR adquirió su actual denominación, como STIRT.

Por su parte, el SITATyR nació y se ha desarrollado a la par que la industria de la televisión privada mexicana.

En 1950, a poco tiempo de haber iniciado sus transmisiones XHTV, Canal 4, sus 25 trabajadores decidieron crear la primera organización de trabajadores del medio televisivo, dentro del mismo seno de la Confederación de Trabajadores de México. Gonzalo Castellot Madrazo fue designado como su primer secretario general.

Cinco años después, en 1955, con la fusión de las tres empresas privadas de televisión de la capital: XEW-TV Canal 2, XHTV Canal 4 y XHGC Canal 5, se integraron también las organizaciones laborales de estos centros de trabajo. Así nació el Sindicato de Trabajadores de Telesistema Mexicano. Su primer secretario general fue

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Francisco Rubiales -Paco Malgesto- y Gonzalo Castellot, el secretario del Interior.

El auge que registró la televisión comercial apenas iniciada la década de los sesentas, alcanzó a su sindicato mayoritario. Durante estos años dicha organización laboral incorporó a su planilla al personal de algunas otras empresas como Televisora de Occidente, de Guadalajara, Jalisco; Televisora CALIMEX de Tijuana, Baja California, y Televisión Independiente de México, Canal 8.

Finalmente, en 1976, el entonces SITAT dejó de ser sólo el sindicato de artistas y trabajadores de la empresa Televisa. En esa fecha, cambió su denominación original, al afiliar a los empleados de algunas empresas de radio, entre las que se encuentran XEW y XEX, del grupo Televisa Radio (Radiópolis), estableciéndose como Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio, Similares y Conexos de la República Mexicana (SITATyR), tal como hoy se le conoce.¹¹³

Con el paso de los años tanto el STIRT como el SITATyR, como sindicatos mayoritarios de radio y televisión, respectivamente, continuaron su marcha ascendente de la mano del desarrollo que ambos medios de difusión fueron alcanzando.

¹¹³ Ortega Ramírez, Patricia y Trejo Delarbre, Raúl, "Televisa y sus trabajadores. El sindicalismo inmovilizado", en: Televisa: el quinto poder. Claves Latinoamericanas, México: 1988, pp. 160-162.

NIVEL PRODUCTIVO

De esta manera, al finalizar la década de los ochenta, el STIRT incorporaba a sus filas a los sectores laborales de 815 radiodifusoras y 200 televisoras. A este sindicato estaban afiliados gran parte de los empleados de la televisión estatal que se regían por el apartado "A" del artículo 123 constitucional¹¹⁴. De hecho, del total de sus agremiados -11,500-, el 35% -4,000- correspondían al área de producción de lo que fuera el Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION).¹¹⁵

Por esa razón, la desintegración y venta, a principios de la presente década, de IMEVISION y sus canales de televisión, representaron un serio golpe para el STIRT, que a partir de ese momento dejó de ser el sindicato mayoritario de la industria de radio y televisión, o por lo menos del medio televisivo.

El SITATyR en cambio, de la misma forma que lo ha hecho Televisa, ha acrecentado su área de dominio.

Para fines de los ochenta, el SITATyR agrupaba -según Gonzalo Castellot, su secretario general- al 90% de los trabajadores de la televisión en el país y al personal del 5.54% de las radiodifusoras mexicanas. De los 9 mil

¹¹⁴ Tomando en cuenta que IMEVISION era una entidad estatal, lo más lógico es que sus relaciones laborales se hubieran regido a través del apartado "B" del artículo 123 constitucional, encargado de reglamentar las relaciones entre el Estado y sus trabajadores. Y no por medio del apartado "A" del mismo artículo, el cual se refiere a la forma en que se debe realizar el trabajo de cualquier tipo de asalariado.

¹¹⁵ Ortega Ramírez, Patricia, "Sindicalismo y medios de difusión colectiva", en: Revista Mexicana de Comunicación, No. 2, México: noviembre-diciembre de 1988, p. 44.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

273 miembros afiliados, 75% correspondían a las fuentes de Televisa.

Asimismo, controlaba 154 televisoras, incluyendo los centros retransmisores del consorcio privado de televisión, distribuidos en todo el país, así como algunas otras empresas de televisión en el sureste y en el Pacífico, y al personal de 49 compañías radiodifusoras.

El SITATyR integraba también a los trabajadores de 99 sistemas de televisión por cable y a los de dos empresas disqueras y dos grabadoras: Melody, Cisne, Duplicassette y Laminados y Acabados.¹¹⁶

En el caso de ambos sindicatos la afiliación de sus agremiados se ha realizado por medio de las negociaciones que establece el Comité Nacional de los mismos con los concesionarios o dueños de las empresas. La decisión favorable de éstos para que cualquiera de las dos organizaciones sindicales de la industria administre sus contratos colectivos, la mayor parte de las veces, se ha basado en la trayectoria que han seguido STIRT y SITATyR.

"En los medios de comunicación los trabajadores y sus sindicatos suelen limitarse -cuando tienen alguna activi-

¹¹⁶ Ortega y Trejo, Op. cit., p. 162.

NIVEL PRODUCTIVO

dad regular¹¹⁷ - a la tramitación de prestaciones y a la puja por los salarios. Es decir, a cumplir estrictamente con las funciones más elementales que tienen los sindicatos; a la mera negociación de la fuerza de trabajo de sus representados... Sus puntos de vista, son los del patrón. Sus intereses, los de las empresas. No existe por lo tanto, participación ni afán de influencia en las empresas¹¹⁸ y tampoco hay interés significativo por el auge programático que, lentamente, tendía a desarrollarse en otros ámbitos del movimiento obrero...¹¹⁹

De esta manera, tanto el STIRT como el SITATyR se han convertido en la vía por la cual los empresarios han intentado acabar y evitar cualquier brote de inconformidad de sus trabajadores de base y eventuales. Esto a pesar de que éstos últimos obtienen bajos salarios y no tienen una situación laboral estable.

En el marco de esta trayectoria, las dos organizacio-

117 Nada más como ejemplo de esta escasa actividad sindical, mencionaremos que el Congreso General del STIRT, el órgano supremo de su estructura de gobierno, de acuerdo con sus estatutos, efectúa una reunión ordinaria cada seis años, cuando se reelige o elige al nuevo secretario general. El Congreso General está formado por las secciones y delegaciones que tiene el STIRT en todo el país. La Asamblea General -órgano que sustituye al Congreso para la toma de decisiones- se reúne cada 2 años. Y su Comité Nacional -integrado por la cúpula del sindicato- se debe reunir ordinariamente por lo menos una vez al mes. De lo cual se deduce que la toma de decisiones en esta organización laboral queda en manos de un grupo selecto de líderes, y no por los representantes del Congreso General.

118 Al respecto el secretario general del SITATyR, Gonzalo Castellot, dijo: "La política de contenido la maneja la empresa y un trabajador no tiene por qué salirse de los lineamientos políticos que establece la empresa, sean buenos o malos; el trabajador desde el momento en que entra a cualquier departamento acepta los lineamientos que la empresa le marca y si se sale de ellos, pues es una responsabilidad personal", en: Ortega Ramírez, Patricia, "Sindicalismo...", Op. cit., p. 45.

119 Trejo Delarbre, Raúl, La sociedad..., Op. cit., pp. 140 y 141.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

nes laborales adquirieron el compromiso de velar por la capacitación de sus agremiados desde 1975.

En ese año por iniciativa del propio gobierno de Luis Echeverría, a través de la Secretaría del Trabajo -encabezada por Porfirio Muñoz Ledo-, el STIRT y el SITATyR convocaron juntos al establecimiento del Contrato-Ley de la industria, debido a que ninguno de los dos, por sí solos, representaba a las dos terceras partes de los trabajadores sindicalizados de radio y televisión, a pesar de ser los sindicatos nacionales más grandes de dicha rama industrial. El STIRT contaba con 5 mil 291 afiliados y el SITATyR con 2 mil 314.¹²⁰

Su participación dentro de la industria, a partir de la expedición de este documento, de acuerdo con su artículo 12, se centró en proporcionar a las diferentes empresas difusoras -donde tuvieran la titularidad de sus contratos colectivos- el personal calificado para las áreas administrativa, productiva, técnica y de servicios, que se requirieran.

Sin embargo, hasta la fecha ninguna de las dos organizaciones sindicales cuenta con un órgano interno encargado de dar cumplimiento a tal responsabilidad.

En el caso del STIRT -sindicato que mantiene relaciones laborales con el 85.73% de las radiodifusoras

¹²⁰ Ortega y Trejo, *Op. cit.*, p. 169.

NIVEL PRODUCTIVO

del país- su historia registra un solo intento real de capacitación radiofónica, durante los años en que Rafael Camacho Guzmán fue el secretario general. Un intento que quedo precisamente en eso y que reseñaremos más adelante, en el próximo capítulo.

Después de ello, hasta ahora el único mecanismo que utiliza el STIRT para para certificar la capacidad de los candidatos a un puesto de trabajo, es la aplicación de un examen que los aspirantes realizan en la misma emisora.

"Simple y sencillamente (los aspirantes) se acercan al sindicato, firman su solicitud y cuando hay un requerimiento en una estación ya funcionando o en un nuevo centro de trabajo, se les llama para que vayan a hacer una prueba y si la pasan, entonces con mucho gusto los apoyamos para su contratación", reveló el señor Manuel Bonilla, miembro del STIRT.¹²¹

En este sentido, tal vez la única instancia que dentro del Comité Nacional de este sindicato, por sus funciones estatutarias de promoción cultural entre los miembros del mismo, que se podría esperar diera cumplimiento a tal fin, es la Secretaría de Educación. Desafortunadamente, también en los estatutos del STIRT se asienta que el carácter de dicha cultura debe ser prioritariamente sindical, política y social.

¹²¹ Entrevista realizada el 8 de diciembre de 1992, en las instalaciones del STIRT.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Y aunque de igual forma los estatutos señalan que esta secretaría deberá "pugnar por el establecimiento del Instituto Nacional de Capacitación para los trabajadores de la Radiodifusión"¹²², lo cierto es que en la práctica el sindicato mayoritario de la industria radiofónica nacional -en materia de capacitación- ha asumido un papel de mero observador, dejando en manos de los empresarios toda la responsabilidad de poner en marcha los planes y proyectos de capacitación y adiestramiento que la industria necesita para mejorar la calidad de su funcionamiento y el nivel profesional de sus trabajadores.

"En cuanto a la capacitación tenemos un convenio firmado de ya hace algunos años con la Cámara, avalado y registrado por la Secretaría del Trabajo. Pero consideramos que ya es obsoleto. Ese sistema no sirvió, se puso a operar, pero no sirvió. Creemos que debemos reunirnos y buscar establecer un nuevo convenio de adiestramiento y capacitación", dijo el señor Bonilla en diciembre de 1993, en vísperas de la novena revisión del Contrato-Ley de la industria, la cual se llevó al cabo en los dos primeros meses de 1994 sin que se registrara ningún avance significativo en la materia.

Tomando en cuenta que en este apartado sólo hemos de destacar la forma en que surgieron las organizaciones nacionales en las que actualmente recae la obligación so-

¹²² Estatuto del Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana, reformado y adicionado por el IX Congreso Nacional Ordinario, efectuado durante los días 9 y 10 de abril de 1992, en la ciudad de México, D.F., p. 28.

NIVEL PRODUCTIVO

cial y laboral de crear mecanismos para proporcionar capacitación a los trabajadores de la industria radiofónica, en el siguiente capítulo de este trabajo reseñaremos las circunstancias que dieron origen a este convenio y la forma en que hasta hoy ha venido operando.

C) LA ASOCIACION NACIONAL DE LOCUTORES.

Por último, los locutores tomaron la palabra y decidieron cerrar filas alrededor de una asociación propia.

La Asociación Nacional de Locutores (ANL) de México fue concebida y creada el 11 de abril de 1951 por 75 locutores que laboraban en las emisoras de Emilio Azcárraga Vidaurreta -XEW, XEQ y XEX-, encabezados por Carlos Pickering e Ignacio Hernández Lumbreras, quienes firmaron el acta constitutiva en el Centro Mutualista de México. Su primer presidente fue Luis M. Farías.

Como toda agrupación de carácter mutualista, que por medio de los aportes de sus integrantes presta ayuda a cualquiera de éstos que la necesite, la ANL a través del tiempo ha mantenido vigentes los objetivos que le dieron origen: hermandad, amistad, ayuda entre el gremio de locutores, así como buscar por todos los medios posibles

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

el beneficio social de sus miembros.¹²³

Al igual que las organizaciones de los empresarios y de los trabajadores, la ANL posee una estructura centralista. Su sede está ubicada en la capital de la República. Y mantiene contacto con sus agremiados a nivel nacional por medio de las diferentes delegaciones que la integran.

Sus órganos de gobierno son: la Mesa Directiva Nacional, que se renueva cada 3 años; el Consejo Consultivo; el Comité de Honor y Justicia, y diversas comisiones, las cuales se forman -según informó el señor Bermúdez Olvera- de acuerdo con los proyectos y las necesidades de la propia asociación.

Para afiliarse a la ANL es necesario cumplir con las siguientes condiciones: tener licencia de locución; contar con la recomendación de algún miembro de la asociación, y pagar la cuota anual de 100 nuevos pesos. Actualmente, esta organización tiene alrededor de 780 miembros en el Distrito Federal y más de 1,100 en todo el país.¹²⁴

De acuerdo con estas características, es necesario precisar que la ANL no es una organización de tipo sindical interesada en defender los derechos laborales de

¹²³ Datos proporcionados por el locutor Enrique Bermúdez Olvera, presidente de la Asociación Nacional de Locutores, por cuarta vez, de 1991 a 1993, en entrevista realizada el 18 de septiembre de 1992.

¹²⁴ Ibidem.

NIVEL PRODUCTIVO

sus agremiados. Sus fines centrales son: estimular la convivencia entre los integrantes del gremio y procurar mejorar su situación social.

Como parte del primer objetivo, la ANL ha establecido la celebración de varios eventos a lo largo del año. "Tenemos reuniones culturales. Tenemos una reunión bohemia cada miércoles. Festejamos el "Día del Locutor" el 14 de septiembre. Y dos miércoles al mes tenemos juntas de trabajo, en donde cada uno de nosotros puede expresar sus ideas y realizarlas", explicó Enrique Burmúdez Olvera, locutor fundador de esta organización.

En cuanto al desarrollo de los beneficios sociales para sus miembros, la asociación ha realizado un fructífero trabajo. En los primeros años de la década de los noventa, esta agrupación proporcionaba a sus integrantes: seguro de vida de 15 mil nuevos pesos; servicio médico y dental gratuito en las instalaciones de la misma organización; seguro social en el IMSS con el pago de una cuota de 330 nuevos pesos; bolsa de trabajo en diversas radiodifusoras y algunas agencias de publicidad; viviendas por medio del ISSSTE, y descuentos en tiendas de autoservicio, de ropa y en autopistas federales.¹²⁵

Sin embargo, en materia de capacitación los logros no han sido tan alentadores.

¹²⁵ "Buscan locutores espacio en Canal 22", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 20 de julio de 1992, p. 8.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Después de 40 años de existencia, la ANL fundó su primer Centro de Capacitación Profesional en 1991, al inicio del cuarto periodo de Enrique Bermúdez Olvera como presidente de la misma.

"La Escuela de Capacitación se necesita. Hay muchas escuelas en México, pero muchas de ellas no logran su objetivo, no preparan a los aspirantes a locutores perfectamente. Aquí sí tenemos locutores profesionales que dan todo lo que sea necesario para que los alumnos puedan sacar su licencia. Además lo que se cobra no es en ninguna forma lo que se cobra en algunas otras partes. Cualquier persona que quiere venir y participar, lo puede hacer. Cada tres meses inicia un nuevo curso", señaló al respecto Bermúdez Olvera.

En efecto, el centro de capacitación de la ANL inauguró sus actividades impartiendo cursos para preparar aspirantes a locutores que entonces aún tenían que presentar el examen de certificación en la Secretaría de Educación Pública. Los mismos locutores de la asociación proporcionaban este tipo de instrucción, beneficiando a su economía personal y a la de la agrupación.

En 1992, el locutor y abogado Jaime Chapper Villa, debido a su trayectoria como agente capacitador de locutores, fue designado Director Académico de la Asociación Nacional de Locutores. Desde ese momento, se hizo responsable del centro de capacitación y de los cursos de preparación para locutores, los cuales se em-

NIVEL PRODUCTIVO

pezaron a impartir cada 6 meses, durante 8 horas a la semana: 4 dedicadas a la parte de cultura general y 4 a la parte de cabina del examen.¹²⁶

Pero el objetivo de Jaime Chapper era el de ir más allá de la capacitación que proporcionaban los centros de educación creados para preparar a quienes pretendían presentar el examen para locutor ante la SEP. Como parte de sus proyectos inmediatos -según explicó él mismo- aspiraba a adaptar a las necesidades de actualización de los miembros de la asociación, los cursos que había diseñado y que ya impartía en su propia academia.

"Los proyectos personales como director académico -informó el licenciado Chapper- son incorporar a la asociación los cursos que ya tengo estudiados, que ya he dado y que han funcionado. De esta manera veremos voz, lectura, improvisación, pronunciación, Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento, para los que se quieran capacitar con el fin de obtener su licencia. Pero para los que ya tienen su licencia, veremos técnicas. Técnicas de actuación, grabación, maestría de ceremonias, guión, personalidad, conducción de programas, control re-

¹²⁶ La formación de Jaime Chapper Villa dentro del ámbito de la locución, se inició en 1963 con las clases de oratoria y declamación que le impartió el profesor Agustín Monroy Carmona. Más tarde, en 1969 tomó el seminario de capacitación para locutores que proporcionó la misma Secretaría de Educación Pública. Dentro de su experiencia docente destacan los cursos de locución que ha proporcionado en el Columbia College Panamericano, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y la Universidad del Mayab de Yucatán. Asimismo, ha trabajado en Radio Educación, XELA, XELA-FM, Radio Trece, XEQK "La Hora Exacta", Radio 600, Radio Mil del Sur y Canal 13 de Televisión de Mérida, Yucatán. De igual forma, es licenciado en derecho por parte de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

moto y entrevista. También voy a empezar a dar Técnica de Ventas, Oratoria, Pensamiento Optimo, Voz y relajación, y Automotivación".¹²⁷

Evidentemente los planes de crecimiento del centro de capacitación de la ANL, y los beneficios que sus integrantes pudieron obtener de ellos, tenían un panorama halagüeño.

Sin embargo, como ha ocurrido en el desarrollo de la capacitación radiofónica a nivel productivo, el esfuerzo del licenciado Chapper y la directiva que lo apoyó, no fue más que otro intento frustrado.

En primer término, los cursos que se impartían a quienes deseaban presentar el examen de certificación para obtener su licencia de locución, perdieron su razón de ser una vez que en octubre de ese mismo año -1992- la Secretaría de Educación Pública y la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión acordaron su desaparición.

Y en segundo lugar, los cursos de actualización para locutores con licencia, no encontraron eco entre los miembros de la asociación.

Enrique Bermúdez Olvera concluyó su periodo como presidente de esta organización y asumió el cargo de Secretario General del Partido Auténtico de la Revolución

¹²⁷ Entrevista realizada al licenciado Jaime Chapper Villa, el 11 de septiembre de 1992, en las instalaciones de la Asociación Nacional de Locutores, ubicada en Praga No. 40.

NIVEL PRODUCTIVO

Mexicana (PARM) en el Distrito Federal. El 15 de julio de 1994, el locutor José Antonio Cossio ocupó su lugar.

En tanto, Jaime Chapper se dedicó a impartir sus cursos de voz y personalidad en su academia¹²⁸. El centro de capacitación terminó su efímera existencia. Y el gremio de locutores prosiguió con las convivencias musicales y bohemias, que se procuran desde hace más de 40 años.

¹²⁸ La academia del licenciado Jaime Chapper está ubicada en Avenida Chapultepec No. 417, colonia Juárez, en el Distrito Federal.

4. FORMACION PROFESIONAL EN LAS UNIVERSIDADES DURANTE LA DECADA DE LOS AÑOS 60.

Al comenzar la década de los 60, el camino hacia la consolidación de la televisión dentro del mercado de la difusión masiva y del modelo de programación disquero-comercial en la industria radiofónica nacional, marchaban viento en popa.

Como resultado de ello, se acrecentaba, también, la influencia de la radio y la televisión en las actitudes, ideas, pensamientos y toma de decisiones de los diversos estratos de la población, haciendo más complejo aún el panorama social y cultural del país, que desde la década pasada se hallaba envuelto en una crisis de identidad nacional.

En el marco de la creciente importancia que fueron adquiriendo los fenómenos sociales, especialmente los ocasionados por los medios de difusión masiva, nació la demanda de la formación de un profesional, capaz de manejar una metodología científica particular que lo acercara al conocimiento de la comunicación colectiva y le permitiera realizar propuestas en torno a su inserción dentro de la sociedad.

La apertura de la academia a tal demanda empezó a vislumbrarse a fines de los años 40. No obstante, fue hasta principios de los 60 cuando se diseñó el modelo educativo que hasta la fecha ha intentado formar a un pro-

fesional cuyo perfil le proporciona posibilidades para integrarse, en las emisoras, a la producción de mensajes radiofónicos.

A) ENTRE EL PERIODISMO Y LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

La posibilidad de capacitar profesionalmente al personal de la radiodifusión a nivel productivo se ha desarrollado entre la enseñanza de las técnicas del periodismo escrito y la teoría, en principio humanista, de las llamadas *ciencias de la comunicación*.

Luego de un ciclo de conferencias sobre periodismo escrito, convocado por la Junta Central de la Acción Católica Mexicana y organizado por Luis Beltrán y Mendoza, el 30 de mayo de 1949 fue fundada la primera escuela de periodismo a nivel profesional en la República Mexicana.

"Originalmente se llamó así, Escuela de Periodismo y, por acuerdo de maestros y alumnos, a partir de 1953 se le añadió el nombre de Carlos Septién García (EPCSG), en honor a este periodista muerto en un accidente aéreo en Mamulique, en territorio regiomontano, cuando iba a cubrir la inauguración de la presa Falcón para *El Universal*"¹²⁹

¹²⁹ Cervantes, Abigail, "Huellas ejemplares en el periodismo nacional. Don Paco, la Septién, El Dictamen", en: Revista Mexicana de Comunicación, No. 9, México: enero-febrero de 1990, p. 32.

NIVEL PRODUCTIVO

Sus clases iniciaron con la cátedra de literatura en un salón que proporcionó el Instituto de Cultura Femenina, donde se albergó a 40 alumnos entre 20 y 25 años de edad, a quienes se les exigió la secundaria terminada.

En sus primeros años esta escuela tuvo un carácter confesional, debido a que recibía apoyo de la Acción Católica Mexicana, el cual terminó en 1966 con la apertura a todas las corrientes de pensamiento.

El 25 de julio de 1951 -dos años después de la inauguración de la EPCSG- la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) hizo lo propio al crear la licenciatura de periodismo en la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales.

En tanto, en 1954 la Universidad Veracruzana se convirtió en la tercera escuela del país en proporcionar estudios de periodismo, y la segunda en hacerlo a nivel superior.

Es claro que hasta este momento los planes de estudio de las tres escuelas, dentro de sus particularidades, "estuvieron orientados directamente a la formación de periodistas para la prensa escrita, en un intento por dotar a esta profesión de mejores elementos técnicos y con una mejor base para ubicar socialmente sus actividades".¹³⁰

¹³⁰ Luna, Carlos, "La enseñanza de la comunicación en México: marco descriptivo", en: *Comunicación y Democracia*. VI Encuentro Nacional CONEICC, México: 1992, p. 323.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Con una perspectiva diferente y más amplia de los medios de difusión masiva, el jesuita y doctor en filosofía, José Sánchez Villaseñor creó la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Iberoamericana, a 17 años de su inauguración.

De clara tendencia humanista, el propio fundador señaló que a través de esta carrera se pretendía, ante todo, "formar un auténtico intelectual, un hombre apto para pensar por sí mismo, para comprender a los demás hombres en la circunstancia histórica en que vive, abierto plenamente a los problemas que la actual crisis plantea... Hay que dotar por ello al nuevo intelectual de los medios de contacto, del puente que lo saque de su aislamiento; de los instrumentos y técnicas, para llegar al hombre de hoy, al hombre anónimo, al hombre angustiado, extrovertido, disperso, en las mil solicitudes del dramático y complejo vivir cotidiano.

"Su misión -aseguraba Sánchez Villaseñor- es comunicar al rico saber acumulado, su mensaje mediante técnicas de difusión, relaciones públicas, publicidad, radio, televisión, cine, periodismo. Controlar esos tremebundos poderes que moldean, como dócil arcilla al hombre contemporáneo. Poner al servicio de los altos valores humanos, esas fuerzas elementales, someter la técnica al espíritu".¹³¹

¹³¹ Sánchez Villaseñor, José, "Universidad Iberoamericana", citado por Luna, Carlos, *Ibidem.*, p. 324.

NIVEL PRODUCTIVO

Desde su creación, esta licenciatura ha estado estrechamente vinculada con los objetivos comerciales de los empresarios de los medios de difusión masiva. En 1960, dentro del Consejo Consultivo de esta carrera participaron: Emilio Azcárraga Milmo -hijo de Azcárraga Vidaurreta-, gerente de producción y ventas de Telesistema Mexicano; Everardo Camacho, presidente de la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad; Salvador del Conde, presidente y gerente de la XEN; Rodrigo de Llano, director general de *Excelsior*; Guillermo González Camarena, gerente de Canal 5 de Televisión, y Clemente Serna Martínez, presidente y gerente general de Radio Programas de México, entre otros.

El programa de la carrera estaba dividido en dos secciones: ciencias humanas y ciencias y técnicas de difusión. La primera incluía materias filosóficas, históricas, humanísticas, de las ciencias económicas y las ciencias sociales. La segunda estaba integrada por seis áreas: relaciones públicas (cursada en siete semestres), publicidad (dos semestres), periodismo (cinco semestres), radio (dos semestres), televisión (cuatro semestres) y cine (cuatro semestres).¹³²

Con el fin de aprovechar las potencialidades de difusión masiva en favor de la promoción de valores sociales y humanos de inspiración cristiana, la Universidad Iberoamericana inauguró un nuevo modelo edu-

¹³² Cervantes, Abigail, "José Pagés, *La Opinión*, Universidad Iberoamericana", en: *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 12, México: julio-agosto de 1990, p. 57.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

cativo que se abrió a todas las formas tecnificadas de la difusión masiva, entre ellas -como se aprecia- la radiofónica. Un modelo que instauró "una propuesta cualitativamente distinta, que funda en el país un nuevo modo de entender y de enfrentar educativamente las exigencias y posibilidades comunicacionales de la sociedad."¹³³

A partir de este momento, el sistema educativo nacional -público y privado- adoptó el esquema de la Universidad Iberoamericana, y empezó a impartir la licenciatura, con algunas modificaciones, en Ciencias de la Comunicación.

Al concluir la década de los 60, tres instituciones educativas privadas más, de Guadalajara, Jalisco, dos de ellas vinculadas a grupos religiosos y otra de tendencia derechista, habían integrado esta carrera a su oferta educativa: el Instituto Pío XII -hoy Universidad del Valle de Atemajac- en 1962; el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) -manejado por la Compañía de Jesús- en 1967; y la Universidad Autónoma de Guadalajara (UAG), en 1969.

El predominio de las universidades de carácter privado en la formación de recursos humanos para los medios de difusión, continuó durante los tres primeros años de la década siguiente.

¹³³ Luna, Carlos, *Op. cit.*, p. 324.

NIVEL PRODUCTIVO

A las ya mencionadas, se sumaron en este periodo el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y la Universidad de Monterrey en el norte del país; la Universidad Anáhuac en la ciudad de México y la Universidad del Bajío en León, Guanajuato.

En 1974, el sector público educativo inició su participación en este campo. Este año, en el interior de la República se abrieron las carreras de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, la Universidad Autónoma de Sinaloa y el Instituto Superior de Ciencia y Tecnología de la Laguna (ISCYTAC). En tanto, en el Distrito Federal se crearon las licenciaturas de comunicación en el Centro de Estudios de Ciencias de la Comunicación, la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco (UAM-X), la Universidad del Tepeyac y la Universidad del Nuevo Mundo.

La capacidad instalada del sistema educativo a nivel superior en cuanto a estudios de comunicación, mantuvo un crecimiento moderado, pero sostenido, en la segunda mitad de la década de los 70.

En 1975: la Universidad del Noreste (Tampico) y las dos dependencias descentralizadas de la UNAM: la Escuela Nacional de Estudios Profesionales-Acatlán (ENEP-Acatlán) y la Escuela Nacional de Estudios Profesionales-Aragón (ENEP-Aragón). En 1976: la Universidad Autónoma de Nuevo León, la Universidad de la Comunicación y la Universidad Latinoamericana, éstas dos últimas ubicadas en la ciudad de México. En 1977: la Universidad Regiomontana y la Es-

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

cuela de Comunicación Social de Sinaloa. En 1978: el ITESM Campus Querétaro y la Universidad de Chihuahua extensión Ciudad Juárez. Y en 1979: la Universidad del Noroeste de la ciudad de Hermosillo, Sonora.

Sin embargo, fue en la década de los ochenta cuando se registró el incremento más significativo en el número de escuelas de comunicación. Este aumento fue propiciado, en mucho, por el crecimiento registrado en las universidades y centros de educación superior privados que para mantener su oferta -y sus ganancias- abrieron la carrera en varios de sus planteles geográficamente descentralizados, de manera indiscriminada. Tal es el caso del ITESM, la UIA, la Universidad Valle del Bravo, la Universidad del Valle de México y la Universidad de Occidente. El crecimiento de la apertura de la carrera en ciencias de la comunicación, en las instituciones de educación superior, durante esta década se efectuó de la siguiente manera:

- 1980: Universidad Valle del Bravo en Nuevo Laredo, Universidad de Colima, Universidad Intercontinental -ciudad de México- y la Universidad de Coahuila.

- 1981: ITESM Campus Ciudad Obregón, UIA Plantel León y Universidad Francomexicana, en el D.F.

- 1982: Universidad de Matamoros, Universidad México-Americana del Norte, Universidad de Sonora, ITESM Campus

NIVEL PRODUCTIVO

Morelos, ITESM Campus Irapuato, UIA Plantel Laguna y Universidad de Occidente Unidad Los Mochis, Sinaloa.

- 1983: Universidad Valle del Bravo Reynosa, ITESM Campus Chiapas, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Universidad de las Américas de Puebla, UIA Plantel Golfo Centro y Universidad Autónoma de Aguascalientes.

- 1984: Instituto Campechano, ITESM Campus Estado de México, ITESM Campus León, Instituto Universitario de Ciencias de la Educación en la ciudad de México, ITESM Campus San Luis Potosí, Universidad de Occidente Unidad Culiacán y Universidad de Occidente Unidad Guasave, éstas dos últimas en Sinaloa.

- 1985: Universidad Valle del Bravo Ciudad Mante, Tamaulipas, Universidad del Mayab en Mérida, Yucatán, Instituto de Estudios Superiores de Oaxaca, UIA Plantel Noroeste, Universidad de Kino en Hermosillo, Sonora, Universidad Madero en Puebla, Universidad Autónoma de San Luis Potosí y Universidad del Centro de México en la misma ciudad.

- 1986: Universidad Autónoma de Baja California y el Colegio Holandés en la capital del país.

- 1987: Universidad Autónoma del Estado de México y la Universidad del Valle de México en sus planteles San

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Rafael, Tlalpan y Lomas Verdes.¹³⁴

- 1989: Centro de Estudios Universitarios del Distrito Federal.

Este crecimiento permaneció vigente, aunque a un ritmo menos acelerado, durante los primeros años de la década de los noventa. De acuerdo con información del Catálogo de Instituciones de Enseñanza Superior en Ciencias de la Comunicación, en 1990 y 1991 la creación de esta oferta educativa en los centros de educación superior se centralizó, particularmente, en la ciudad de México:

- 1990: Centro de Estudios Universitarios en Periodismo y Arte, Centro Universitario de Ciencias Humanas A.C. y Universidad Tecnológica de México en el Distrito Federal, ITESM Campus Tampico, Universidad del Valle de México Plantel Juriquilla, Querétaro, y Universidad La Salle Plantel Michoacán.

- 1991: Universidad Autónoma de Baja California Campus Tijuana, Universidad Cristobal Colón de Veracruz, Universidad Autónoma de Tabasco, Universidad Lasallista Benavente de Guanajuato, ITESM Campus Ciudad de México, Centro Cultural Universitario Justo Sierra, Centro de Estudios en Comunicación Social (CECS) y Centro de Estudios Superiores de San Angel, éstos últimos cuatro

¹³⁴ Este catálogo de instituciones de educación superior sobre la carrera de comunicación, fue elaborado por el investigador del ITESO de Guadalajara, Carlos Luna, quien utilizó datos del CONEICC y de un catálogo de 1987, realizado por Raúl Fuentes.

NIVEL PRODUCTIVO

ubicados en la capital mexicana.¹³⁵

B) LA PREPARACION UNIVERSITARIA Y SU RELACION CON LA INDUSTRIA RADIOFONICA.

Para 1991 la oferta de estudios de comunicación y, por tanto, de jóvenes aptos -por lo menos en teoría- para asumir la responsabilidad del proceso de producción de mensajes radiofónicos, había rebasado cualquier expectativa.

De acuerdo con información proporcionada por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), en 1982 existían 36 instituciones que ofrecían la licenciatura de comunicación. En tanto, en 1991 este número había ascendido a 82 escuelas.¹³⁶

Es decir, en 10 años 46 centros educativos se agregaron a la oferta institucional de esta carrera. De ellas, 37 pertenecían al sector privado, lo cual significó que la oferta educativa por tipo de establecimiento creció mayoritariamente en el sector privado: 75.4%, según esti-

¹³⁵ Catálogo de Instituciones de Enseñanza Superior en Ciencias de la Comunicación, 1991-1992. CONEICC, México: 1991.

¹³⁶ Originalmente, el CONEICC reportaba 92 escuelas de comunicación en 1991. Sin embargo, de acuerdo con la investigación de Adrián de Garay, 10 de ellas no reportaban datos sobre su matrícula ni su profesorado.

maciones del investigador Adrián de Garay.¹³⁷

En cuanto a la matrícula estudiantil de los futuros comunicadores, en el mismo lapso ésta pasó de 11,752 a 27,660 alumnos. Esto significó una tasa de crecimiento del 136% y la creación de 15,908 nuevos lugares para estudiantes.¹³⁸

Esta oferta desmesurada -como lo han señalado en reiteradas ocasiones diversos docentes e investigadores del área- ha propiciado problemas graves en cuanto a la calidad de preparación de estudiantes, maestros e investigadores; en el marco conceptual y el desarrollo teórico-práctico de una ciencia que, empezando por su denominación como tal, no termina de convencer a propios y extraños.

"Los alumnos saturaron las matrículas, primero deslumbrados por la capacidad de los medios para convertirlos en líderes de opinión, después, atraídos por esa labor sistemática y organizada de *poner en orden* informaciones, pensamientos y sentimientos. Sin embargo, la demanda tuvo sus consecuencias que se tradujeron en Universidades masificadas, grave improvisación de profesores repetidores de conocimientos, reproductores de los autores que leyeron durante o después de su carrera. Aunado a esto, la crisis ha fustigado a las Universidades

¹³⁷ De Garay, Adrián, "La conformación del cuerpo académico mexicano. A mayor demanda, menor competencia", en: Revista Mexicana de Comunicación, No. 25, México: septiembre-octubre de 1992, p. 29.

¹³⁸ Ibidem.

NIVEL PRODUCTIVO

-principalmente las públicas- al grado de agudizar el ausentismo y el chambismo."¹³⁹

Pero tales consecuencias no sólo afectaron a la academia. También se han hecho extensivas al desempeño laboral de los miles y miles de estudiantes que cada año egresan de todas estas escuelas de comunicación.

En el caso de la radiodifusión, como parte de ese amplio mercado laboral de quienes estudian esta carrera, la situación resulta paradójica. Por un lado, se ubica un número desproporcionado de recursos humanos, egresados de las universidades, más o menos capacitados para concebir, realizar y transmitir los mensajes de radio.

Y por el otro, se encuentra la industria radiofónica con la mayor parte de su personal formado a partir de esquemas empíricos -basados en la experiencia que proporciona la repetición continua de actividades específicas-, tradicionales en la práctica laboral de esta industria.

El problema de la desvinculación entre los centros educativos que proporcionan estudios superiores de comunicación y la industria radiofónica, tiene diversas vertientes y se puede apreciar, básicamente, a través de dos formas: en los planes de estudio de esta licenciatura para conocer, cuantitativa y cualitativamente, cuál es el

¹³⁹ Baena Paz, Guillermina, "De cómo incomunicamos a los comunicadores y algunas formas de acción", en: Comunicación y democracia..., Op. cit., p. 312.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

tipo de preparación que se ofrece en materia de radio; y por medio del apoyo que los industriales de la radio han proporcionado a determinados programas universitarios.

Por lo que se refiere al primer punto, la realización de un análisis comparativo -Ver Cuadro 13- de los planes de estudio de 5 universidades del Distrito Federal que tienen esta oferta educativa: 2 públicas (UNAM-Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y UAM-Xochimilco) y 3 privadas (Universidad Iberoamericana, Universidad Latinoamericana y Universidad del Tepeyac), demostró que es posible clasificar a los programas de radio de esta carrera en tres categorías: primera, los que dan mayor importancia a los aspectos prácticos de la radio; segunda, aquellos que manifiestan mayor preocupación por las cuestiones teóricas; y tercera, donde se ubican los programas universitarios que tratan de proporcionar una preparación equilibrada al estudiante, entre lo teórico y lo práctico.

En el caso de los programas de las materias de radio que tienden totalmente hacia lo práctico, se encuentran los de algunas universidades privadas como la del Tepeyac, la cual se ha preocupado más por el entrenamiento y no por la educación de sus estudiantes. De acuerdo con ello, desde el primer semestre y durante los otros cuatro, donde se incluyen las materias de radio, sólo se abordan cuestiones de la producción como guionismo, musicología, dramatización, etc., y nunca aspectos teóricos o históricos de la radiodifusión.

CUADRO No. 13

MATERIAS DE RADIO DE CINCO UNIVERSIDADES DEL DISTRITO FEDERAL, 1991.					
UNIVERSIDADES	UAM- XOCHIMILCO	UNIVERSIDAD DEL TEPEYAC	UNIVERSIDAD IBEROAMERICA- NA	UNIVERSIDAD LATINOAMERI- CANA	UNAM-FCPyS
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS	1985	1977	1990	1982	1976
MATERIAS DE RADIO	Módulo COM/TC-4: 1.Lenguajes de la comunicación 2.Taller de radio	1.Radio I y II 2.Lab. I y II 3.Programa- ción 4.Guionismo 5.Análisis de contenido 6.Radio Educativa 7. Periodismo en radio 8. Dramatiza- ción 9.Musicología 10.Sociología de la radio 11.Lab. de periodismo radiofónico	1.Radio 2.Guionismo I y II 3.Producción I y II 4.Realización I y II 5.Programa- ción I y II	1.Producción radiofónica I 2. Producción radiofónica II	1.Técnicas de Información por radio y televisión 2.Taller de realización de radio y televisión 3. Sociolo- gía de la radio y la televisión
MATERIAS TEORICAS	Módulo COM/TC-4: 1.Lenguajes de la comunicación	1.Análisis de contenido 2.Radio Educativa 3.Sociología de la radio	1.Radio	1.Producción radiofónica I	1.Técnicas de información por radio y televisión
MATERIAS PRACTICAS	Módulo COM/TC-4: 1.Taller de radio	1.Radio I y II 2.Lab. I y II 3.Programa- ción 4.Guionismo 5.Periodismo en radio 6.Dramatiza- ción 7.Musicología 8.Lab. de periodismo radiofónico	1.Guionismo I y II 2.Producción I y II 3.Realización I y II 4.Programa- ción I y II	1.Producción radiofónica II	1.Taller de realización de radio y televisión
MATERIAS OBLIGATORIAS O TRONCO COMUN	Módulo COM/TC-4: 1.Lenguajes de la com. 2.Taller de radio (8º trimestre)	1.Radio I (1er seme- stre) 2.Radio II (2º semestre)		1.Producción radiofónica I (5º semestre) 2.Producción radiofónica II (6º semestre)	1.Técnicas de informa- ción por radio y televisión (6º seme- stre)
MATERIAS OPTATIVAS O ESPECIALIDAD		Las materias restantes se cursan en 5º, 6º, 7º y 8º, como especialidad	Todas estas materias for- man el Sub- sistema No. 4 que se cursa como especia- lidad		1.Soc. de la radio y TV. 2.Taller de realización de radio y televisión (8º seme- stre)
LABORATORIO DE RADIO	SI	SI	SI	SI	SI

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Tendencia contraria -hacia lo teórico- se aprecia en los programas de radio de la UNAM, en donde las materias que retoman la historia de la radio y su relación con la sociedad forman parte de las asignaturas obligatorias y optativas; en tanto, la única materia práctica pertenece al bloque de las optativas, está mezclada con la realización de televisión y no tiene un programa oficial, éste es determinado por cada docente que imparte la asignatura.

Y en el nivel intermedio, están los programas de radio de la UAM-Xochimilco y la Universidad Iberoamericana.

En la UAM-Xochimilco, a través del módulo "Lenguajes de la Comunicación", se manifiesta una preocupación por la forma en que se interrelacionan la producción de mensajes radiofónicos con la sociedad en donde se realizan y se transmiten. A partir de este planteamiento, en este módulo -obligatorio para todos los estudiantes de la carrera- se toman en cuenta tanto aspectos teóricos (historia, legislación, funciones), como prácticos de la radio (taller de producción), los cuales se complementan entre sí.

Mientras, en la Universidad Iberoamericana, cuyos planes de estudio en materia de comunicación son los de más reciente reestructuración, se ofrece un subsistema de radio, que engloba cuestiones históricas y de la producción radiofónica.

NIVEL PRODUCTIVO

Por lo que respecta a los programas de las dos materias de radio -"Producción radiofónica I" y "Producción radiofónica II"- del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación y Relaciones Públicas que imparte la Universidad Latinoamericana, en ellos se distinguen temas históricos; las características de la radiodifusión como la ubicuidad, simultaneidad, fácil manejo y comprensión, posibilidad de retener públicos heterogéneos, etc.; las características de la producción radiofónica; y la planeación y realización de un programa de radio, todo ello de manera muy amplia, general y rápida, ya que debe de cubrirse en sólo dos semestres.

De este análisis comparativo de los programas de radio de las cinco universidades capitalinas, se desprende además que las instituciones educativas cuyos programas de radio, módulos y asignaturas están estructurados de manera más equilibrada, son también las mismas que poseen los planes de estudio de comunicación más actualizados: la UAM-Xochimilco (1985) y la Universidad Iberoamericana (1990). En tanto, las universidades que ofrecen una preparación más parcializada -Universidad del Tepeyac- o indefinida -UNAM-FCPyS-, son las instituciones cuyos planes de estudio son los más antiguos.

De igual forma, en las cinco universidades, la preparación de los futuros comunicadores ha sido reforzada con la instalación de talleres y laboratorios de radio, donde los estudiantes practican la producción de programas

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

radiofónicos. Y en tres de ellas, además, las autoridades de la Secretaría de Comunicaciones han asignado una frecuencia para la instalación de su propia emisora: Radio UNAM, Radio Ibero y Radio Universidad del Tepeyac.

La primera de ellas, fue inaugurada el 14 de junio de 1937 como una emisora cultural -permisionada- que desde entonces ha sido utilizada para promover un amplio programa de extensión cultural: difusión del acervo musical, literatura, drama, extensión de la docencia, divulgación de la ciencia, emisiones internacionales e información artística y científica que genera la máxima Casa de Estudios y la sociedad en su conjunto¹⁴⁰. Radio UNAM nació antes que la licenciatura de comunicación y tal vez por ello, y por otras razones que rebasan nuestros alcances, esta emisora no ha servido como un laboratorio de capacitación para los estudiantes de comunicación de esta institución.

La segunda es una emisora de reciente creación. Transmite desde el 19 de febrero de 1990 en el 90.9 de la frecuencia modulada, con 20 watts de potencia, lo que implica que puede ser escuchada en Santa Fé, Tacubaya, Cuajimalpa y en algunas zonas de las delegaciones Miguel Hidalgo y Alvaro Obregón. XHUIB Radio Ibero fue concebida como un proyecto experimental universitario, cuyos fines son: generar una comunicación participativa entre esta comunidad universitaria; ayudar a los procesos de servicio

¹⁴⁰ Romo Gil, Cristina, La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza. IMER-Fundación Manuel Buendía, México: 1990, p. 27.

NIVEL PRODUCTIVO

social que tiene este centro educativo con la zona en donde está ubicada, y ser un apoyo para la capacitación de los estudiantes de comunicación, especialmente de aquellos que estén interesados en la comunicación radiofónica.¹⁴¹

En el mismo rubro que Radio Ibero, de emisora universitaria de cobertura limitada, se ubican otras tres radiodifusoras de universidades privadas: Stereo UIC, de la Universidad Intercontinental; Radio Universidad del Tepeyac y Radio La Salle. Emisoras de potencias reducidas que sólo pueden ser captadas en algunas zonas aledañas a las propias instituciones, y que nacieron para proporcionar, entre otras cosas, capacitación directa a sus estudiantes de comunicación.¹⁴²

Sin embargo, la asignación de este tipo de frecuencias radiofónicas de cobertura reducida no ha incluido a las universidades públicas.

Así, mientras han proliferado las emisoras de las universidades privadas, a la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, en 1991 le fue negado el permiso para echar a andar su propia emisora, la cual tendría características similares a las anteriores: potencia reducida -30 watts- y una programación basada en el servicio informativo, comunitario, cultural y de intercam-

141 "Nueva estación: *XHUIB Radio Ibero*", en: *El Nacional*, Sección de Espectáculos, México: 18 de mayo de 1992, p. 8.

142 "Crear Radio UAM, con cobertura limitada, proponen estudiantes. Concluyó la VI reunión AMIC; Ana María Menéndez, nueva presidenta", en: *La Jornada*, Sección Cultura, México: 28 de abril de 1991, p. 31.

bio con otras universidades y programación musical variada.¹⁴³

Así pues, tomando como base las características de este tipo de radiodifusoras y el análisis de los planes de estudio de esta licenciatura, se puede señalar que actualmente las deficiencias en la preparación de los egresados de comunicación que obstaculizan su integración a la radio comercial, tienen su origen: primero, en el *tiempo* que se dedica en los centros de educación superior a la enseñanza, propiamente, de la radiodifusión; y, segundo, en la falta de un acercamiento real a la estructura y el funcionamiento de las emisoras comerciales.

Con respecto al primer punto, cabe señalar, que las materias de radio, en la mayor parte de las universidades referidas, tienen el carácter de *especialidad* dentro del universo de la carrera de comunicación; es decir, dichas materias sólo son cursadas por los estudiantes que por su afinidad con el medio radiofónico, así lo desean. Por ello, no todos los egresados están capacitados para laborar en el ámbito radiofónico.

De esta manera están estructurados los programas de las materias de radio de las universidades del Tepeyac e Iberoamericana. Y en el caso particular de la Iberoamericana, las asignaturas del "Subsistema Radio" están seriadas con materias de las áreas consideradas como

¹⁴³ Ibidem.

NIVEL PRODUCTIVO

obligatorias y, por tanto, no se pueden cursar si el alumno no ha aprobado, antes, tales materias.

Por ejemplo, "Guionismo radiofónico I" no se puede cursar si el estudiante de comunicación no aprueba, primero, "Taller de Comunicación IV", una de las materias que forman parte del bloque de asignaturas obligatorias del área mayor.

Asimismo, en la UNAM el tiempo que se destina a la educación y el entrenamiento en materia de radiodifusión es aún más reducido. Al revisar los planes de estudio de la carrera de Ciencias de la Comunicación que ofrece la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS), no se encuentra alguna materia, ni obligatoria ni optativa, que aborde el tema específico de la radio.

De acuerdo con los planes oficiales de esta institución, los alumnos de comunicación sólo pueden obtener conocimientos históricos de la radio en México -y de otros medios de difusión, como la televisión y la prensa- en las materias de "Desarrollo, régimen y estructura de los medios de comunicación colectiva I y II"; elementos teóricos de este medio en las asignaturas de "Sociología de la comunicación colectiva" y "Técnicas de información por radio y televisión" -obligatorias- y "Sociología de la radio y la televisión" -optativa-; y capacitación práctica en el "Taller de realización de radio y televisión", también asignatura optativa, cuyo programa es libre y está determinado por la preparación y la especialidad de cada docente.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Por otro lado, con el sólo análisis de los planes de estudio de estas universidades, es decir, sin acercarnos a la preparación de los profesores encargados de impartir las materias de radio, es posible verificar que poca es la información recibida por el educando en cuanto a la estructura y funcionamiento de las estaciones de radio concesionadas.

En este sentido, la preocupación de las universidades se ha centrado en entrenar al estudiante en materia de producción radiofónica, sin tomar en cuenta que en la radiodifusoras comerciales la producción es casi nula. Basta con realizar un monitoreo aleatorio para saber que las emisoras comerciales poseen una programación diseñada, en su gran mayoría, con temas musicales.

¿Cuál es entonces la producción que van a diseñar los egresados cuando se integren a la radio comercial, como parte de su medio de trabajo? O tal vez valdría más la pena preguntarse, ¿cuál es el lugar que ocupará el egresado de comunicación en la radiodifusión? ¿Para qué ámbito de este medio y hacia qué puestos dentro del mismo está dirigido su perfil profesional? ¿Se está preparando recursos humanos para que se integren a la radio cultural o a la radio comercial?

Cinco empleados empíricos, un pasante de ingeniería aeronáutica, un estudiante de derecho y un licenciado en periodismo, egresado de la Septién García, que laboran en emisoras concesionadas, coinciden en señalar que las prin-

NIVEL PRODUCTIVO

principales deficiencias de la preparación de los comunicadores giran en torno al desconocimiento de la estructura y el funcionamiento de las emisoras comerciales, y a la falta de propuestas reales que sin perder una posición crítica, puedan tener viabilidad dentro del marco de la radiodifusión que ha basado su existencia en la comercialización de sus espacios.¹⁴⁴

Pero de igual forma aseguran que en el problema de esta desvinculación, no toda la responsabilidad es de las universidades y sus egresados. En el otro extremo de la moneda, se encuentran los concesionarios, quienes -según afirmaciones de los entrevistados- muchas de las veces, no están dispuestos a contratar personal profesional, si les resulta más barato evitar la producción de nuevas emisiones y repetir programas musicales que tuvieron un éxito aceptable hace 10, 15 ó hasta 20 años atrás.

Por esta razón, principalmente, los empresarios de la radio comercial han realizado pocos esfuerzos por acercarse a las universidades y centros de educación superior, a demandar la formación de un profesional capaz de desarrollarse plenamente en sus estaciones o, incluso, a solicitar la creación de una licenciatura totalmente especializada en radio.

De hecho, hasta la fecha, son pocas las instituciones

¹⁴⁴ Estas entrevistas fueron realizadas en tres grupos radiofónicos de la ciudad de México: Organización Radio Centro (ORC), Núcleo Radio Mil (NRM) y Organización Radio Fórmula (ORF), en agosto de 1991.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

educativas de nivel superior con esta oferta, las que han recibido el apoyo de los industriales de la radio, quienes básicamente han mostrado preferencia por proyectos pequeños de universidades privadas.

Así lo demuestran las acciones de las organizaciones representantes de los concesionarios de radio y televisión, como la CIRT que en 1992 firmó un convenio con la Universidad Iberoamericana para realizar visitas de los estudiantes a sus empresas afiliadas. En ese mismo año, además, la CIRT anunció que firmaría convenios similares con la Universidad Anáhuac y la UNAM.¹⁴⁵

De igual forma, la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal (ARDF) en un intento por acercarse a las universidades, en septiembre de 1992 inauguró la primera versión del seminario universitario denominado "*La radio de hoy*". En este evento, la ARDF seleccionó cinco universidades del Distrito Federal donde se imparte la licenciatura de comunicación, para la celebración de conferencias sobre temas previamente determinados. Las cinco universidades elegidas fueron privadas.

De esta forma el programa de "*La radio de hoy*" se integró de la siguiente manera:

1. 31 de agosto de 1992: "La empresa radiofónica", en la Universidad Iberoamericana.

¹⁴⁵ "Seminario de radio y televisión. Acercamiento entre CIRT y universitarios", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 16 de marzo de 1992, p. 8.

NIVEL PRODUCTIVO

2. 9 de septiembre de 1992: "La investigación aplicada en radio", en la Universidad Intercontinental.

3. 17 de septiembre de 1992: "La creatividad radiofónica", en la Universidad del Tepeyac.

4. 21 de septiembre de 1992: "La programación radiofónica", en la Universidad Latinoamericana.

5. 29 de septiembre de 1992: "Los noticieros en radio", en la Escuela de Periodismo Carlos Septién García.

Dos meses después, en noviembre de 1992, la misma ARDF en coordinación con la Universidad Anáhuac, también de carácter privado, realizó el primer "*Diplomado en la industria radiofónica*", el cual tuvo una duración de 6 meses.

El diplomado estuvo dividido en nueve módulos: 1. La radio, el invento del siglo; 2. Sistemas de radiodifusión; 3. Perfil técnico de las estaciones de radio; 4. El productor radiofónico; 5. La mercadotecnia radiofónica; 6. La creatividad en radio; 7. Administración y finanzas; 8. Marco jurídico de la industria de radio y televisión; 9. La radio del futuro. Los módulos estuvieron coordinados por Conti González, Tere Vale, Raúl Alanís, Jesús Canela, Guillermo Salas, Oscar Beltrán, Claudio Martínez, Fernando Díaz Gil y Eugenio Pasquel, respectivamente.¹⁴⁶

¹⁴⁶ "Primer *Diplomado en la industria radiofónica*. Convenio entre la Universidad Anáhuac y la ARDF", en: *El Nacional*, Sección de Espectáculos, México: 26 de octubre de 1992, p. 17.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Y lo confirman acciones de algunos de los concesionarios de radio, como las de la señora María Esther Gómez viuda de Aguirre -dueña de Organización Radio Centro-, quien financió la instalación de la emisora de la Universidad Iberoamericana, incluso, fue quien donó el equipo técnico y el transmisor.¹⁴⁷

¹⁴⁷ "Nueva estación: XHU18 Radio Ibero", Op. cit.

CAPITULO IV

*LA CIRT Y EL PRIMER INSTITUTO
DE CAPACITACION PARA LA
INDUSTRIA RADIOFONICA
NACIONAL.*

1. ANTECEDENTES.

"...la educación, la capacitación es cara ...la ignorancia lo es más..."¹

Finalmente, no fue sino hasta mediados de la década de los ochenta cuando nació, dentro del seno del organismo empresarial, la CIRT, el primer instituto con fines concretos de capacitar a los recursos humanos de la radio y la televisión.

Este acontecimiento estuvo enmarcado por las reformas y los cambios que el gobierno mexicano y los diferentes sectores de la sociedad tuvieron que realizar para enfrentar la crisis político-económica que había iniciado en 1982, a raíz de la caída de los precios del petróleo y la disminución de los flujos del crédito externo, los cuales cancelaron las posibilidades de seguir financiando los procesos de industrialización y crecimiento económico basados en la política de sustitución de importaciones y en la intervención sustancial del gobierno en el sistema económico, que durante las cuatro décadas entre la Gran Depresión de 1929 y los años setenta caracterizaron a la economía mexicana.²

¹ José Antonio Paczka, vicepresidente del Consejo Consultivo del Colegio de Graduados en Alta Dirección, "Motivación en los jóvenes universitarios". II Seminario de Radio y Televisión, Comisión Juvenil de la CIRT, 24 de marzo de 1993.

² Jaime, Edna y Barrón, Luis (Coords.), Lo hecho en México. Empresas mexicanas y apertura comercial. Ed. Cal y Arena, México: 1992, pp. 21-23.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

"La sustitución de importaciones -explican los miembros del Centro de Investigación para el Desarrollo, A.C.- en un principio, surgió como un proceso espontáneo, dado el limitado acceso a los bienes extranjeros que se tuvo durante la guerra (Segunda Guerra Mundial). Sin embargo, una vez concluida la guerra y establecidas las reglas del nuevo régimen económico internacional -en el que se daba primacía a la reconstrucción de Europa y Japón-, México y la mayoría de los países en desarrollo continuaron con la sustitución de importaciones, pero ya no como respuesta coyuntural, sino como estrategia de industrialización y crecimiento económico".³

Para ello, durante estas cuatro décadas los diversos gobiernos -surgidos de la fracción política que se erigió en la heredera autonombra de la Revolución y que dio origen al Partido Revolucionario Institucional (PRI)- realizaron diversas reformas constitucionales y crearon nuevas leyes que tuvieron como propósitos centrales:

1. Proteger a los empresarios nacionales de la competencia extranjera;
2. Asegurar mayor control del gobierno sobre las actividades económicas;
3. Justificar la creación de nuevas empresas estatales;
4. Otorgar mayores beneficios al trabajo organizado (es decir, sindicatos, que eran parte del sistema) y,
5. Consolidar el control político y económico del país mediante los intereses que controlaban al PRI.⁴

³ Ibidem., p. 23.

⁴ Weintraub, Sidney, Rubio, Luis y Jones, Alan, Op. cit., pp. 14 y 15.

EL I.C.I.R.T.

A partir de estos preceptos, la economía, el sector empresarial y la actividad industrial de nuestro país adquirieron rasgos muy particulares. Rasgos que fueron extensivos, incluso, a la industria de la radio y la televisión y a los empresarios de estas áreas.

Rasgos que influyeron, además, en la forma en que se concibió e inició sus funciones el Instituto de Capacitación de la Industria de Radio y Televisión (ICIRT).

Antes de adentrarnos en la materia y de hablar de dichos rasgos, de la estructura, los programas y los proyectos del ICIRT como un organismo de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), es necesario destacar, primero, que este logro no surgió de la nada y por la sola iniciativa de los empresarios de estos medios de difusión.

Existen experiencias, leyes y manifestaciones que apoyaron e impulsaron la creación del ICIRT.

En este sentido, este trabajo no pretende ser exhaustivo en cuanto a la enumeración de los acontecimientos que antecedieron a la creación del ICIRT. Así, sólo analizaremos aquellos hechos que por su relevancia, influyeron de manera definitiva en el nacimiento de este instituto.

En orden cronológico, en este apartado hablaremos,

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

entonces, de la Escuela de Capacitación del Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana (STIRT), que se puso en marcha a finales de los años sesenta, y de la Asociación Mexicana de Ingenieros y Técnicos de Radiodifusión (AMITRA), cuya fundación se remonta al año de 1974. Ambas, como experiencias dirigidas a la búsqueda del mejoramiento de la preparación de los trabajadores de la actividad radiofónica, de forma más organizada y estructurada que las revisadas en capítulos anteriores.

Por último, en el mismo orden, analizaremos posteriormente, el acontecimiento que influyó de manera definitiva en la creación del ICIRT: el establecimiento de la capacitación como una obligación legal del patrón hacia sus trabajadores, a partir de la década de los setenta.

A) LA ESCUELA DE CAPACITACION DEL STIRT Y LA AMITRA.

1. EL SINDICATO DE TRABAJADORES DE LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSION Y TELEVISION (STIRT).

Corrían los últimos cinco años de la década de los sesenta y los primeros de la década de los setenta.

En el mundo, la división del planeta en dos bloques: uno, encabezado por los Estados Unidos de América y el otro, por la Unión Soviética; la agudización de la guerra

EL I.C.I.R.T.

fría y los conflictos regionales e interétnicos; la carrera armamentista, los logros espaciales, el desarrollo tecnológico y los avances científicos; la creciente importancia de los medios de difusión masiva, que apoyados en los primeros satélites artificiales y las novedades de la cibernética, penetraban todos los rincones del planeta; así como una prolongada estabilidad económica que iniciada la década de los setenta fue severamente amenazada por la devaluación del dólar frente al oro y por las dificultades que ello provocó a las economías desarrolladas, fueron los acontecimientos que caracterizaron las transformaciones de estos años.

En México los acontecimientos no variaron mucho. En lo social, destacaron los movimientos estudiantiles de 1968 y 1971, a través de los cuales -explica el historiador Lorenzo Meyer- se denunciaron y rechazaron las tendencias autoritarias y corporativas del régimen; se puso en entredicho el modelo de crecimiento económico, incapaz de absorber el crecimiento demográfico y de distribuir equitativamente la riqueza del país, y se cuestionó la legitimidad del proyecto político como no había ocurrido desde 1957-58, cuando se desarrollaron los movimientos magisterial y de ferrocarrileros.⁵

En lo cultural, predominó el anhelo de modernidad, entendida como la entronización de los supermercados, la

⁵ Meyer, Lorenzo, "El último decenio: años de crisis, años de oportunidad", en: Historia Mínima de México. COLMEX-Ed. Harla, México: 1983, 7ª reimpresión, p. 167.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

desaparición de lo "típico" y la solidificación de la televisión en la cultura doméstica. Un anhelo de modernidad no política, sino social, cultural y sexual que los sectores ilustrados asumieron como la evasión de cualquier uso de la tradición y como la ruptura (sin llamarla de ese modo o reconociéndola así sólo parcialmente), a la que entendían como su incorporación a lo más audaz del siglo.⁶

En lo económico, el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970) continuó con la política, heredada de sus antecesores, de industrialización y crecimiento económico a través de la protección de la industria nacional mediante la sustitución de importaciones y la participación estatal en la economía nacional. Sin embargo, esta política que por más de 40 años permitió un crecimiento económico a una tasa promedio mayor al 6% anual⁷, mostró las primeras señales de deterioro a mediados de los años sesenta.

¿La causa? "La retórica nacionalista del gobierno cobró mayor fuerza durante los años sesenta, acarreado cuantiosos déficits de cuenta corriente y un creciente endeudamiento externo. Las inversiones estatales ya no creaban las externalidades positivas que se esperaba, debido en gran parte a su mayor diversificación en bienes y servicios, así como a errores en la planeación de las

6 Monsiváis, Carlos, "Notas sobre la cultura mexicana en el siglo XX", en: Historia General de México, COLMEX-SEP, México: 1976, Tomo 4, p. 419.

7 Jaime, Edna y Barrón, Luis, Op. cit., p. 21.

EL I.C.I.R.T.

grandes empresas estatales".⁸

Este proceso se desbarató en 1976. El gobierno con ayuda del Fondo Monetario Internacional (FMI), diagnosticó: el país requería de una breve recesión y un ajuste de precios relativos. Ajuste que fue iniciado en 1977 y estaba a punto de completarse "cuando México se encontró de pronto nuevamente rico, gracias al descubrimiento y la rápida explotación de reservas de petróleo en un *feliz* momento de escasez mundial".⁹

Es decir, de 1965 a 1975 la economía nacional pasó de la abundancia a la crisis de la política proteccionista, y de ésta a una pronta recuperación con crecimiento económico, basada en circunstancias todavía menos saludables que las anteriores.¹⁰

Por lo que respecta a los medios de difusión, durante estos diez años la industria radiofónica nacional logró avances significativos. Cuantitativamente, la industria aumentó el número de sus estaciones afiliadas: de 422 emisoras comerciales que existían en el país en 1963, éstas llegaron a sumar 638 en 1973.¹¹

Y cualitativamente, se logró el establecimiento del

⁸ Weintraub, Sidney, Rubio, Luis y Jones, Alan, Op. cit., p. 17.

⁹ Ibidem., p. 18.

¹⁰ Nos referimos a las circunstancias que se crearon a partir del apoyo económico que el Fondo Monetario Internacional proporcionó a nuestro país y de las divisas que se obtuvieron por el alza de los precios del petróleo por una momentánea escasez mundial.

¹¹ México a través de los informes..., Op. cit., pp. 427-430.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

marco regulatorio de dicha actividad, a través de la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión (19 de enero de 1960) y del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones en Radio y Televisión (4 de abril de 1973).

Logro que como explican los investigadores Fernando Mejía Barquera y Fátima Fernández Christlieb¹², benefició más a los industriales de la radio y la televisión en la medida en que ambos documentos no limitaron en algún sentido su poder económico y político.¹³

En este mundo de conflictos, enfrentamientos y crisis, hizo su arribo a la ciudad de México, procedente de su natal Perú, el Antropólogo Social, Manuel Ñique Cornelio.

Invitado por el señor Rafael Camacho Guzmán, cofundador y secretario general del Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana (STIRT), el antropólogo Ñique vino a nuestro país a poner

¹² Fernando Mejía en su trabajo de tesis, *La industria...*, Op. cit., dedica un capítulo (VIII) al debate que generó la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión y su reglamento. En tanto, Fátima Fernández dedica, también, un apartado (capítulo III) de su trabajo, *Los medios de difusión*, Op. cit., para analizar cómo los industriales de la radio se transformaron en un grupo de presión y cómo ejercieron ésta para lograr que la Ley Federal de Radio y Televisión no afectara sus intereses.

¹³ Poder que adquirieron los empresarios de la radio desde los años 40, cuando empezaron a estrechar lazos de unión con los dirigentes de la clase política mexicana.

EL I.C.I.R.T.

en práctica uno de los proyectos más importantes de su vida: la fundación de una escuela de capacitación para los trabajadores de radio y televisión; proyecto que él mismo, 25 años después, calificó como una "locura juvenil".¹⁴

El antropólogo Ñique llegó a México después de haber sido dirigente del sindicato de radio y televisión de Perú: "Yo procedo del sector de radio y televisión, entonces, mi contacto con las organizaciones sindicales de distintas partes del mundo ha sido a través de la radio y la televisión. A raíz de un congreso que celebramos allá -en Perú- invitamos a gente de distintas partes de América. Ahí llegó el compañero Camacho y ese fue mi contacto directo con el líder del sindicato de aquí...", nos explicó el señor Ñique.

Y después de haber participado en algunas experiencias en materia de capacitación en la zona nórdica de Europa: "Yo venía de otra experiencia, de desarrollar programas de ayuda a los países en desarrollo con apoyo de los sindicatos de Dinamarca y después de Suecia. Pero también colaboramos en una serie de eventos de ORIT¹⁵ (Organización Regional Interamericana de Trabajadores), especialmente en el campo de la educación de adultos y la educación para el trabajo", señaló Manuel Ñique, quien enseguida agregó:

14 Entrevista realizada al antropólogo Manuel Ñique el 16 de diciembre de 1993.

15 Actualmente Manuel Ñique es director del Departamento de Prensa de la ORIT, así como conductor y director general del programa de radio "Hacia el siglo XXI", que se transmite por Radio Red, los viernes de 21 a 22 horas.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

"Yo creo que un laboratorio muy, muy importante (en materia de capacitación laboral), por lo menos en los años sesenta, significaba lo que habían alcanzado, el nivel de desarrollo de los países escandinavos. En la zona nórdica, Dinamarca tenía entonces una presencia muy singular en el desarrollo económico y social. Y en ello jugaron un papel determinante las organizaciones obreras y las organizaciones cooperativistas. Había un juego muy civilizado entre los factores de la producción: los empresarios estaban organizados, los trabajadores organizados y el gobierno respondía mucho a la inspiración de los sindicatos".

Estas vivencias aunadas a la visita que el señor Nique realizó a la BBC de Londres en la primera mitad de los años sesenta, donde encontró una organización con áreas de trabajo muy bien definidas y donde los trabajadores "eran verdaderos profesionales que sabían lo que hacían"¹⁶, lo llevaron a pensar: "por qué no hacer en América Latina algo". Lo que siguió a ello, el mismo Manuel Nique lo relata:

"... el lugar en donde se me brindaron todas las posibilidades de hacer, de concretar esta idea fue aquí, en México, en el sindicato de radio y televisión que dirigía entonces el compañero Camacho. Creo que los empresarios, dada la amistad entre el sindicato y esa generación de empresarios, donde estaba el señor Clemente Serna Martínez, el licenciado Guillermo Salas, el licenciado José Luis Fernández (q.e.p.d.) y tantos otros, permitió hacer una *escuelita*. Yo siempre hablé así "*la escuelita*", porque era una idea entusiasta que no pretendía hacer grandes cosas, sino demostrar que se podía hacer una institución formadora o que perfeccionara a los recursos humanos que estaban empleados en las estaciones de radio y televisión".

¹⁶ Manuel Nique, *Ibidem*.

EL I.C.I.R.T.

Así fue como inició la experiencia más importante¹⁷ que en materia de capacitación ha tenido, desde su creación, el sindicato que en 1989 mantenía relaciones laborales con el 85.73% de las radiodifusoras comerciales del país.¹⁸

Un inicio que a pesar de su trascendencia, nadie recuerda con exactitud. El mismo creador de esta empresa nos dijo al respecto: "empezó la escuela, no, no estoy muy seguro si en 1968 o 1969...".¹⁹

Como sea, a finales de los años sesenta empezaron a impartirse los cursos de la Escuela de Capacitación del STIRT en tres de los despachos, rentados por el sindicato²⁰, del condominio Yucatán-Insurgentes que estaba ubicado -antes de que se derrumbara en los sismos de 1985- frente a la Central Quirúrgica del Centro Médico, en la colonia Roma.

Por decisión del mismo sindicato fueron seleccionados, para asistir a la primera serie de cursos, cerca de 110 participantes entre locutores, operadores, discotecarios y programadores de diferentes emisoras comerciales.

17 Recuérdese que de acuerdo con el Contrato-Ley de la Industria de Radio y Televisión, el sindicato de la misma es el encargado de proveer de la fuerza de trabajo a dichos medios de difusión y, por tanto, es responsable también de la capacitación que ésta posea.

18 Ortega Ramírez, Patricia, "Los trabajadores... Op. cit, p. 44.

19 De hecho, de 4 personas que participaron en esta escuela y en sus cursos, ninguna recordó la fecha precisa de su creación.

20 Este proyecto de capacitación fue apoyado y financiado, en su mayoría, por el STIRT; no obstante, los empresarios de la radio también tuvieron participación. Entre otras cosas, obsequiaron los muebles de las aulas de trabajo.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Los cursos que se impartieron fueron concebidos y estructurados no como especializaciones de cada área de trabajo, sino como cursos de carácter básico y general, cursos de tronco común, donde se consideraban materias como Historia, Geografía, Derecho, Español, Literatura, Inglés, etc., y algunas asignaturas más afines al medio radiofónico, como Actuación y Manejo de la Voz.

Por ello, se programó que cuando más, los cursos tendrían una duración de seis o siete meses y que serían impartidos en sesiones de cuatro horas -de 6 de la tarde a 10 de la noche-, durante los cinco días hábiles de la semana (lunes a viernes).

"Al inicio los 110 participantes entraron casi a regañadientes, pero después todos se fueron involucrando en los cursos. Eran muy puntuales. Les acomodaron sus turnos, nadie perdió horas de trabajo, nadie perdió sus derechos", precisó el señor Ñique.

Los profesores fueron elegidos por contactos personales de los mismos dirigentes del sindicato y directivos de la escuela. Así por ejemplo, el agregado laboral de la Embajada de los Estados Unidos -quien era amigo de Manuel Ñique- fue quien dictó la clase de inglés, y cuando él salía del país, iba su esposa a impartir dicho curso.

Esta situación tuvo como consecuencia natural que los profesores, al mantener una relación más afectuosa que de

EL I.C.I.R.T.

trabajo con el sindicato, sus dirigentes y los organizadores, realizaran sus labores "ad honoris"; es decir, sin sueldo o compensación alguna, lo cual, al mismo tiempo, los eximía de cumplir cabalmente con sus obligaciones.

La metodología que se utilizó en las sesiones "era, no una cuestión de cátedra del maestro al alumno -el alumno como un ente pasivo- sino como un participe de su propio conocimiento. Y esto con mucha, mucha insistencia en el uso de las técnicas vivenciales: cuál es tu experiencia, cuándo tú dices esto, cómo sientes lo que dices, ¿o no lo sientes?, cómo sientes la respuesta del auditorio, etc."²¹

Ejemplo de esto fueron las prácticas que tuvieron los relatores deportivos, quienes narraban eventos a través de películas mudas. Después de ello, el grupo realizaba una crítica de la narración y al final se hacía el análisis de cada una de las narraciones.

La experiencia de esta escuela -cuya vida expiró a tan sólo siete meses después de haber abierto sus puertas- en palabras de su creador, Manuel Ñique, y de uno de los profesores de la misma, Ramiro Garza²², fue positiva.

²¹ Manuel Ñique, entrevista realizada el 16 de diciembre de 1993.

²² Ramiro Garza ha trabajado como creativo en la industria radiofónica nacional desde 1949. De 1953 a 1958 con Francisco Aguirre en O.R.C. En 1967 en Grupo Oro con Rogerio Azcárraga. De 1973 a 1974 en XEX AM con Víctor Hugo O'Farrill. De 1974-77 y de 1988-92 con Emilio Azcárraga Milmo en Sistema Radiópolis. De 1980-84 con Joaquín Vargas y José Vargas Santamaría en FM Globo. De 1982-83 con Mr. Kalmenson y José Cabrera en la KWKW "La mexicana de los Angeles". Y en 1993 con don Jesús D. González en Multimedios Estrellas de Oro.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

"Yo creo que la "escuelita" dio resultados positivos. A parte del aspecto de interacción, de sociabilidad entre los compañeros y compañeras, se logró que la gente sintiera que había recibido algo positivo; se sintió con un valor agregado, quizás de conocimientos, quizás de destrezas, que, al fin de cuentas, ellos mismos pedían que continuara la escuela": Manuel Nique²³

"Recuerdo el esfuerzo que en su tiempo hizo el STIRT, en una escuela de Radio, hace muchos años. Don Rafael Camacho Guzmán promovió su creación mediante el esfuerzo de todos y hubo una temporada de clases, experiencias compartidas, seminarios y aplicación de ideas para mejorar a la gente": Ramiro Garza²⁴

Sin embargo, la escuela que un día aquel antropólogo peruano abrió para que nuestros trabajadores de radio y televisión se capacitaran, cerró sus aulas y clausuró sus cursos para no volver a reiniciarlos jamás, aún hasta hoy.

¿La razón? Tal vez no fue una, sino varias razones.

La primera es la que el propio Manuel Nique nos explica:

"Al término de la escuela, cuando salió la primera y única generación, los empresarios se reunieron y le pidieron al sindicato que continuara con esta escuela, incluso, suscribieron una aportación nominal que llegó a cierta cantidad de dinero bastante considerable para esa época, para reabrir la escuela y para darle continuidad, pero parece que entonces el líder del sindicato tenía otros proyectos un poco más ambiciosos, más grandes, de hacer un gran instituto, aquí, de Ciencias de la Comunicación, pero se quedó nada más en idea"²⁵

La segunda, fueron precisamente esos "proyectos más ambiciosos y más grandes" de Rafael Camacho Guzmán, pero

23 Entrevista realizada el 4 de enero de 1994.

24 Garza, Ramiro, Op. cit., p. 24.

25 Entrevista realizada el 4 de enero de 1994.

EL I.C.I.R.T.

no de hacer ese gran instituto de capacitación, sino de continuar con su carrera política.

Si tomamos en cuenta que la Escuela de Capacitación del STIRT inició sus cursos en 1968 o 1969, que duró con vida cerca de siete meses y que Camacho Guzmán dejó al STIRT en la década de los setenta para ocupar puestos, a nivel directivo, en el sector privado: en el Consejo Nacional de la Publicidad -organismo integrado entre otras organizaciones por CONCAMIN, CONCANACO, COPARMEX y CANACINTRA-, la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad y la Asociación Nacional de Anunciantes de México; y en el sector público: como senador (1976-79) y como gobernador de su estado natal, Querétaro, (1979-85)²⁶, podríamos concluir que el objetivo final del señor Camacho Guzmán, posiblemente, no fue el de beneficiar a sus compañeros sindicalistas, sino el de ascender nuevos peldaños en su carrera política.

Y la tercera razón es la que se originó a partir de las características económicas de la época.

Al finalizar la década de los sesenta en México se inició, como ya lo señalamos, el fin de la política de sustitución de importaciones y proteccionismo estatal, dejando graves sucuelas en la economía nacional.

²⁶ Fernández Christlieb, Fátima, *Los medios de difusión*, Op. cit., p. 185. y Musacchio, Humberto, *Diccionario Enciclopédico de México*. Andrés León, Editor. Programa Educativo Visual, México: 1990, Tomo I, p. 255.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En la industria, después de casi cuarenta años de paternalismo gubernamental, se "eliminó todo tipo de incentivos para incrementar la productividad, reducir costos e incrementar la calidad del producto; reinvertir las utilidades y redistribuir el ingreso. Además, generó un empresario más complaciente que competitivo..."²⁷

Es decir, dentro del aparato productivo no era necesario tener empresas competitivas ni productivas y, por lo tanto, mucho menos era indispensable buscar o apoyar la capacitación de sus recursos humanos, con el fin de elevar la calidad productiva y social de los mismos y de las empresas.

Así, la escuela fue cerrada indefinidamente.

"Yo tuve que salir del país para cumplir con mi trabajo y esto quedó solamente como un hecho pionero. Como una demostración de que, en primer lugar, era necesario y sigue siendo necesario (capacitar); en segundo lugar, que es posible hacerlo y, en tercer lugar, que si no se juntan los factores de la producción en este campo, para este propósito, ningún esfuerzo va a tener éxito", nos dijo Manuel Nique al concluir la segunda y última entrevista.

²⁷ Jaime, Edne y Barrón, Luis, Op. cit., p. 29.

3. LA ASOCIACION MEXICANA DE INGENIEROS Y TECNICOS DE RADIODIFUSION (AMITRA).

A la distancia de más de 50 años del nacimiento de la radio en México, surgió -el 19 de septiembre de 1974- la organización más importante para la capacitación del nivel técnico de la radiodifusión: la Asociación Mexicana de Ingenieros y Técnicos de Radiodifusión (AMITRA), la cual se erigió como la asociación civil encargada de:

1. Lograr la plena integración de sus agremiados en el desarrollo y aplicación de diversos eventos de carácter formativo.
2. Asistir al afiliado en su problemática profesional.
3. Mantener en sus integrantes el espíritu de actualización de las tecnologías de vanguardia y difundir esos conocimientos entre sus agremiados, a través de reuniones y conferencias.
4. Y fortalecer las relaciones entre profesionales y técnicos de la materia ante las autoridades competentes y entre los mismos agremiados.²⁸

Vía esos objetivos, la AMITRA inició, a diferencia de la Escuela de Capacitación del STIRT, un proceso de crecimiento y consolidación dentro de la industria radiofónica nacional.

²⁸ "AMITRA: Unión y Superación de todos los Técnicos de Radio y TV en el País", en: Antena, No. 78, CIAT, México: mayo-junio de 1979, pp. 20 y 21.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En este caso, los rasgos que prevalecieron en el país durante la década de los setenta y años subsecuentes en materia de desarrollo científico y tecnológico -aspecto básico en el funcionamiento de la radiodifusión-, así como las decisiones gubernamentales que se tomaron con respecto al mismo ámbito, fueron determinantes.

En México, de 1954 a 1976, "con un peso subvaluado frente al dólar (12.50), se optó por importar tecnología y desarrollar, mínimamente, centros de estudios superiores dedicados a hacer avanzar dichas ramas. Según esta lógica, resultaba más barato importar tecnología que generarla. Por otro lado, se pensó que el boom petrolero resolvería el problema económico del país y se facilitó, también, la inversión extranjera directa confundiendo este principio con una real transferencia de tecnología".²⁹

Estas decisiones³⁰, provocaron que algunos sectores de la industria nacional tuvieran que destinar los mayores porcentajes de su inversión a la importación de tecnología nueva para poder seguir creciendo; en tanto, otros más, ante la incapacidad de importar por sí solos los insumos que requerían, se vieron obligados a continuar operando con tecnologías obsoletas.

29 Gómez Mont, Carmen, "Nuevas Tecnologías de Información en México (1980-1991)", en: Cultura, Medios de Comunicación y Libre Comercio, AMIC-Claustro de Sor Juana, México: 1993, p. 99.

30 Recuérdese que a través de la sustitución de importaciones, se esperaba que la industria nacional fuera sustituyendo primero, las importaciones de bienes finales -proceso que si se concluyó-, para ir avanzando gradualmente hacia la sustitución de las importaciones de bienes intermedios y de capital (tecnología). "Sin embargo, el avance hacia la producción de bienes intermedios y de capital fue infructuoso y desarticulado": Jaime, Edna y Barrón, Luis, Op. cit., p. 48.

EL I.C.I.R.T.

La industria radiofónica se ubicó dentro de los primeros sectores.

Así, durante el período 1970-78, según datos de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), la inversión de la radiodifusión se orientó en un 8% a terrenos y edificios y en un 78% a equipo, el cual en su mayoría era de importación³¹. Equipo que en un 90% era comprado en los Estados Unidos y, precisamente por eso, poseía un nivel tecnológico superior que resultaba novedoso y desconocido para cualquier radiodifusor que no estuviera actualizado.

La radio comercial tuvo necesidad, entonces, de contar con técnicos y especialistas capacitados para asesorar desde la compra de los equipos en el extranjero, hasta la instalación y puesta en marcha de los mismos en las radiodifusoras.

Esos técnicos y especialistas han sido, en su mayoría, hasta hoy, los miembros de la AMITRA. Miembros que, para no limitar el desarrollo de la asociación, fueron agrupados en cinco categorías: fundadores, activos, honorarios, afiliados y estudiantes. De esta manera se ha logrado conjugar la experiencia de los socios que ya laboran en las emisoras y los conocimientos frescos de los profesionistas recién egresados de las escuelas técnicas y de ingeniería en comunicaciones.

³¹ Importancia Económica de la Industria de la Radio, Centro de Información CIRT, México: 1979, p. 757.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Con base en esta estructura, los 25 socios fundadores iniciaron el fortalecimiento de la asociación.

En primer lugar, AMITRA buscó afiliarse a distintas agrupaciones internacionales similares, como la S.B.E. (Asociación Nacional de Ingenieros en Radiodifusión de los Estados Unidos).

Asimismo, trató de obtener el reconocimiento del organismo representante de los empresarios de la radio, la CIRT, con quien desde 1978, AMITRA realiza anualmente un Seminario de Actualización Técnica, cuya sede ha recorrido diferentes estados de la República, De igual forma, estableció un servicio permanente de asesoría técnica para la CIRT a través de dos medios: colaboraciones escritas en la revista "Antena" -órgano informativo de la CIRT-, y mediante la estrecha relación que los directivos de la AMITRA han mantenido con el Departamento de Asesoría Técnica de la misma Cámara.

En términos de funcionamiento, la AMITRA estableció sus oficinas centrales en la ciudad de México³² y sus delegaciones regionales en el interior de la República.

En tanto, en materia de capacitación, la asociación, hasta principios de la década de los noventa, había efectuado más de 17 seminarios de actualización técnica,

³² Provisionalmente, las oficinas de AMITRA están ubicadas en calle La Quemada No. 439, Col. Narvarte, en México, D.F.

EL I.C.I.R.T.

conferencias, reuniones, cursos y encuentros de integración profesional, a los que asistieron especialistas de los países más avanzados en materia de radiodifusión.³³

De igual forma, la AMITRA ha proporcionado apoyo y asesoría a instituciones públicas y privadas, y efectúa la edición de publicaciones periódicas como el Anuario y el Boletín bimensual, como complemento para difundir los adelantos que se dan en el mundo de la radiocomunicación.

Actualmente, con casi 20 años de vida y más de 264 socios en el país -encargados del diseño, instalación, operación y mantenimiento de las estaciones de radio y televisión-, la AMITRA aunque todavía tiene un camino largo por recorrer y estructuras y mecanismos por perfeccionar, ha obtenido como el logro más importante de su historia, "la revaloración de nuestros asociados, pues con el trabajo de cada uno, hoy por hoy los ingenieros y técnicos de radiodifusión están logrando en su mayoría una real superación, una mejor preparación profesional, un mejor nivel de vida, un mayor respeto a ellos y a su trabajo y finalmente, una mayor realización personal, como jefes de familia y como ingenieros".³⁴

³³ "La AMITRA, organismo unificador de la industria radiofónica", en: El Nacional, Sección de Espectáculos, México: 11 de noviembre de 1991, pp. 8 y 17.

³⁴ "AMITRA y su aportación a sus asociados y a la radiodifusión mexicana", mensaje de su presidente, Ing. Sergio Rojano Sahab, en: Anuario 91-92. AMITRA, México, pp. 4 y 5.

B) LA CAPACITACION COMO UNA OBLIGACION LEGAL DEL PATRON.

La importancia del surgimiento de la Escuela de Capacitación del STIRT y la AMITRA -a pesar de sus limitaciones y carencias- radica en que ambas organizaciones involucraron, por vez primera, a los concesionarios de la radio en sus propósitos de elevar el nivel de preparación de los trabajadores de dicho medio de difusión, allanando el camino poco transitado de la capacitación radiofónica.

Es decir, los casos del STIRT y la AMITRA representaron las experiencias más directas, en materia de capacitación, a las que tuvieron acceso los radiodifusores hasta la década de los setenta. De esta forma, el tema y su relevancia ya no les eran tan ajenos.

Sin embargo, ello no fue suficiente para que los empresarios asumieran a la capacitación como una necesidad para impulsar el desarrollo de la industria y como una vía para consolidar el lugar de este medio de difusión en la sociedad mexicana, asegurándole un futuro más promisorio.

En este sentido, las acciones que tomó el gobierno durante los años de 1978 a 1984, influyeron de manera determinante en las actitudes de los industriales. Durante ese tiempo se estableció el marco legislativo encargado de regular la impartición de la capacitación como un derecho

EL I.C.I.R.T.

de los trabajadores y una obligación patronal.

1. LA CAPACITACION A RANGO CONSTITUCIONAL.

1978 representó para el país y la economía nacional el año en que dio inicio el segundo ciclo de crecimiento económico de la década de los setenta.³⁵

Nuevamente el gobierno en turno -dirigido ahora por José López Portillo (1976-82)- recurrió al uso excesivo del gasto público, sin tener el respaldo de una mayor disponibilidad de recursos reales para financiarlo.³⁶

El auge petrolero, los créditos externos y la desordenada emisión monetaria, permitieron solventar dicho gasto, por tres años seguidos, sin afectar el crecimiento económico que permaneció al alza.

Así, de acuerdo con datos tomados de las cuentas nacionales de la desaparecida Secretaría de Programación y Presupuesto, de 1978 a 1981 el Producto Interno Bruto (PIB) mantuvo un crecimiento de más del 7.5%.³⁷

Este crecimiento artificial -porque no tuvo bases sólidas-, previo a la crisis de 1982, permitió, transito-

35 El primer ciclo de crecimiento se registró de 1971 a 1975.

36 Pazos, Luis, radiografía de un gobierno. Exitos y fracasos del sexenio 1976-1982, Ed. Diana, México: 1981, p. 32.

37 *Ibidem.*, p. 30.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

riamente, aumentar los niveles de vida de la clase trabajadora.

En 1981, el secretario de Programación y Presupuesto, Miguel de la Madrid habló de ello:

"Los esfuerzos por proteger y mejorar los niveles de vida de las mayorías abarcan diversos aspectos adicionales al propio salario, como son: la desgravación fiscal, que representa un aumento del ingreso efectivo de los trabajadores, de 5% promedio por año en 1979 y 1980; incrementos significativos en las prestaciones, las cuales han aumentado en 7 puntos entre 1977 y 1980; y las acciones de defensa de la economía popular, especialmente en materia de abastos y créditos al consumo, para los trabajadores. Se estima, así, que en 1980 la masa de sueldos y salarios continuó aumentando significativamente. En base al impuesto sobre nóminas se considera que en términos reales aumentó entre 6 y 8%, mejorándose lo logrado entre 1977 y 1979 en que se juzga creció el 5% real cada año.³⁸

Siguiendo esta misma línea, el gobierno alentó el reconocimiento de la capacitación como parte de los derechos sociales de los trabajadores que garantiza la Constitución General de la República.

Desde su promulgación, en 1931, la Ley Federal del Trabajo estableció la obligación de las empresas de tener aprendices de diversos oficios. Casi cuarenta años más tarde, con la promulgación -en 1970- de la nueva Ley Federal del Trabajo, se suprimió el contrato de aprendizaje y se decretó la obligación patronal de impartir capacitación a los trabajadores a su servicio, en los artículos 132, fracciones XIV y XV, y 159.

38 Ibidem., p. 15.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

riamente, aumentar los niveles de vida de la clase trabajadora.

En 1981, el secretario de Programación y Presupuesto, Miguel de la Madrid habló de ello:

"Los esfuerzos por proteger y mejorar los niveles de vida de las mayorías abarcan diversos aspectos adicionales al propio salario, como son: la desgravación fiscal, que representa un aumento del ingreso efectivo de los trabajadores, de 5% promedio por año en 1979 y 1980; incrementos significativos en las prestaciones, las cuales han aumentado en 7 puntos entre 1977 y 1980; y las acciones de defensa de la economía popular, especialmente en materia de abastos y créditos al consumo, para los trabajadores. Se estima, así, que en 1980 la masa de sueldos y salarios continuó aumentando significativamente. En base al impuesto sobre nóminas se considera que en términos reales aumentó entre 6 y 8%, mejorándose lo logrado entre 1977 y 1979 en que se juzga creció el 5% real cada año"³⁸

Siguiendo esta misma línea, el gobierno alentó el reconocimiento de la capacitación como parte de los derechos sociales de los trabajadores que garantiza la Constitución General de la República.

Desde su promulgación, en 1931, la Ley Federal del Trabajo estableció la obligación de las empresas de tener aprendices de diversos oficios. Casi cuarenta años más tarde, con la promulgación -en 1970- de la nueva Ley Federal del Trabajo, se suprimió el contrato de aprendizaje y se decretó la obligación patronal de impartir capacitación a los trabajadores a su servicio, en los artículos 132, fracciones XIV y XV, y 159.

38 Ibidem., p. 15.

EL I.C.I.R.T.

Así, el artículo 132, fracción XV, hablaba sobre la obligación de los patrones de capacitar a sus empleados:

"Organizar permanentemente o periódicamente cursos o enseñanzas de capacitación profesional o de adiestramiento para trabajadores, de conformidad con los planes y programas que, de común acuerdo elaboren con los sindicatos o trabajadores, informando de ellos a la Secretaría del Trabajo y Previsión Social de los estados, territorios y Distrito Federal. Estos podrán implantarse en cada empresa o para varias, en uno o varios establecimientos o departamentos o secciones de los mismos, por personal propio, por profesores técnicos especialmente contratados o por alguna otra modalidad. Las autoridades de trabajo vigilarán la ejecución de los cursos o enseñanzas"³⁹

El mismo artículo 132, en su fracción XIV, establecía la concesión de becas para los trabajadores:

"Hacer por su cuenta, cuando empleen más de cien y menos de mil trabajadores, los gastos indispensables para sostener en forma decorosa los estudios técnicos, industriales o prácticos, en centros especiales, nacionales o extranjeros, de uno de sus trabajadores o de uno de los hijos de éstos, designado en atención a sus aptitudes, cualidades y dedicación, por los mismos trabajadores y el patrón. Cuando tengan a su servicio más de mil trabajadores deberán sostener tres becarios en las condiciones señaladas. El patrón sólo podrá cancelar la beca cuando sea reprobado el becario en el curso de un año o cuando observe mala conducta; pero en estos casos será sustituido por otro. Los becarios que hayan terminado sus estudios, deberán prestar sus servicios durante un año, por lo menos, al patrón que les hubiese becado"⁴⁰

En tanto, el artículo 159 decía textualmente:

"Las vacantes definitivas o por duración mayor de treinta días o cuando se cree un puesto nuevo, será cubierto por el trabajador más antiguo de la categoría inmediata inferior de la respectiva profesión u oficio. Si concurren dos o más trabajadores de la misma antigüedad, será preferido el más capaz. Si el patrón cumplió con la obligación prevista en el ar-

39 Arias Galicia, Fernando (Comp.), Administración de recursos humanos, Ed. Trillas, México: 1973, p. 315.

40 Ibidem.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

título 132 fracción XV, el trabajador al que corresponda el puesto deberá acreditar los conocimientos y la aptitud necesarios para desempeñarlos. En los contratos colectivos se establecerá el procedimiento para que el trabajador compruebe los conocimientos y aptitudes bien con el certificado que le hubiese extendido al terminar los cursos o enseñanzas de capacitación o adiestramiento, con el certificado de algún instituto o escuela de capacitación, por medio de un examen o de un periodo de prueba no mayor de treinta días, por varios de estos procedimientos o por alguna otra modalidad que convenga. Si el resultado de la prueba o pruebas no es favorable al trabajador, será llamado el que le siga en antigüedad. En los mismos contratos colectivos se establecerá la manera de cubrir las vacantes cuando no exista dentro de la empresa ningún trabajador con los conocimientos y aptitud para desempeñar el puesto"⁴¹

Para supervisar el cumplimiento de estas obligaciones, la Secretaría del Trabajo creó, en ese mismo año -1970-, el Departamento de Vigilancia de la Capacitación de los Trabajadores, dependiente de la Dirección General del Trabajo. Sin embargo, en la práctica, las actividades de vigilancia que ejerció dicho departamento sólo "se limitaron a recabar los programas de capacitación que llevaban a cabo las empresas, así como sus resultados obtenidos".⁴²

En 1975 el Departamento de Vigilancia y Capacitación pasó a depender de la Dirección General de Organización de Recursos Humanos, donde efectuó un estudio sobre el estado que guardaba la capacitación en el país. Como resultado de dicho trabajo se propuso, en 1976, la creación de la Dirección General de Formación Profesional, la cual tuvo

41 *Ibidem.*, p. 316.

42 "Programa Nacional de Capacitación y Productividad 1984-1988", en: *Diario Oficial*, México: 22 de agosto de 1984, Segunda Sección, p. 7.

EL I.C.I.R.T.

como objetivo principal, la realización de una encuesta a nivel nacional que permitió la obtención de información acerca de las necesidades de capacitación de la mano de obra, la posición de los trabajadores y empleadores sobre el fenómeno y los recursos que se destinaban a tales labores.

De esta investigación derivaron los siguientes resultados:

1. La mayoría de las acciones efectuadas hasta ese momento por los sectores público y privado, habían sido escasas y carentes de continuidad y planeación.
2. Se hicieron patentes los bajos niveles de formación de la mano de obra mexicana y la necesidad de capacitar a la creciente población procedente del medio rural.
3. Se constató el incremento de la demanda de trabajadores calificados, como resultado de la complejidad del aparato productivo y la estructura orgánica de los centros laborales.
4. Se evidenció la escasez de instituciones, personal calificado e infraestructura técnica, destinados a la formación profesional de los trabajadores, así como la ausencia de un sistema que reconociera y validara las calificaciones en el trabajo.⁴³

43 *Ibidem.*

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

A partir de esta información y tomando en cuenta que "la carencia de un sistema destinado al perfeccionamiento de las habilidades del trabajador es causa de baja productividad por el inadecuado y restringido aprovechamiento de la capacidad instalada de las empresas, así como de graves riesgos de trabajo por el contacto de obreros insuficientemente capacitados con maquinaria innovada"⁴⁴, el gobierno de la República publicó en el *Diario Oficial* del 9 de enero de 1978 el decreto por el cual se adicionó la fracción XIII, del Apartado "A" del Artículo 123 de la Constitución.

A través de este decreto se elevó a rango constitucional la obligación patronal de "proporcionar a sus trabajadores, capacitación o adiestramiento para el trabajo"⁴⁵. Asimismo, se precisó que las autoridades laborales se encargarían de vigilar el cumplimiento de esta obligación y de coordinar los esfuerzos públicos y privados tendientes a tal fin.

Consecuencia de este decreto, fue la reforma a la Ley Federal del Trabajo, que entró en vigor el 19 de mayo de ese mismo año, a través de la cual se agregó el Capítulo III-Bis al Título Cuarto -Derechos y Obligaciones de los

44 "Exposición de motivos de la Iniciativa del Ejecutivo que adiciona al Artículo 123 Constitucional", Sistema Integral de Información y Documentación (SIID) de la Cámara de Diputados, 11 de octubre de 1977.

45 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 123, fracción XIII. En este sentido, es preciso resaltar que este precepto constitucional sólo hace referencia a la capacitación *para el trabajo*, omitiendo el concepto básico de la capacitación *en el trabajo*, es decir, en el centro laboral: en la empresa.

EL I.C.I.R.T.

Trabajadores y Patrones- para reglamentar a dicha norma constitucional.

El Capítulo III-Bis, que abrogó al artículo 132 de la Ley Federal del Trabajo, declara que es de interés social promover y vigilar la capacitación y el adiestramiento. Establece el derecho de los trabajadores a recibir capacitación y adiestramiento de sus patrones, con el objeto de elevar su productividad y su nivel de vida.

Contempla los sistemas, métodos y procedimientos de capacitación y adiestramiento, señalando que éstos se proporcionarán dentro de la misma empresa o fuera de ella, por conducto de personal propio, instructores especialmente contratados, instituciones, escuelas u organismos especializados, o mediante la adhesión a los sistemas generales que establezcan y que se registren en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

Precisa, además, que los contratos colectivos deben incluir cláusulas relativas a esta obligación patronal, conforme a los planes y programas que, de común acuerdo, diseñarán patrones y trabajadores. Estos planes y programas de capacitación y adiestramiento deben abarcar periodos no mayores de 4 años; tomar en cuenta a todos los puestos y niveles existentes en la empresa, y establecer el procedimiento que se sigue en dicha rama industrial o empresa, para seleccionar a los trabajadores que serán capacitados.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En términos de ley, las acciones instrumentadas a través de estos planes y programas, así como por las instituciones o escuelas que deseen impartir capacitación y adiestramiento, y su personal docente, tienen que someterse a la aprobación y registro de las autoridades laborales.

En este sentido, esta ley obliga a los patrones a propiciar el desarrollo de las habilidades de los trabajadores en su actividad laboral; a proporcionarles información sobre la aplicación de nueva tecnología; a prepararlos para ocupar una vacante o puesto de nueva creación, para prevenir riesgos de trabajo y, en general, para mejorar sus aptitudes laborales.

Asimismo, obliga a los trabajadores a asistir puntualmente a los cursos y actividades que formen parte del programa de capacitación y adiestramiento; a atender las indicaciones de las personas que impartan este servicio, y a presentar los exámenes de evaluación de conocimientos y de aptitud que sean requeridos.

Establece, también, la creación de las Comisiones Mixtas de Capacitación y Adiestramiento -integradas por patrones y trabajadores-, dentro de cada empresa, para vigilar el cumplimiento, la instrumentación y operación del sistema de capacitación y la formación, por cada rama industrial, de los Comités Nacionales de Capacitación y Adiestramiento, los cuales tienen el carácter de órganos auxiliares de la Secretaría del Trabajo, en la determina-

EL I.C.I.R.T.

ción de los requerimientos, en la materia, de las ramas o actividades respectivas.

De igual forma, contempla el derecho de los trabajadores, una vez aprobados sus respectivos exámenes, a obtener la constancia de habilidades laborales, expedida por el capacitador, con la cual el trabajador acreditará haber llevado y aprobado un proceso de capacitación. Estas constancias surtirán plenos efectos, para fines de ascenso, dentro de la empresa en que se haya proporcionado la capacitación o adiestramiento.

Y establece que cuando el patrón no cumpla con esta obligación, será sancionado, de acuerdo con el artículo 1002 de la misma Ley Federal del Trabajo, con una multa, cuyo montó será el equivalente de 3 a 315 veces el salario mínimo general vigente en el lugar en que se cometió la infracción.

A partir de estas modificaciones y de la reforma a la fracción XXXI del apartado "A" del mismo artículo 123 constitucional, se creó también -en 1978- el Sistema Nacional de Capacitación y Adiestramiento por conducto de la Unidad Coordinadora del Empleo, Capacitación y Adiestramiento (UCECA).

En términos generales, el Sistema Nacional de Capacitación y Adiestramiento es el conjunto de organizaciones y dependencias estatales creadas para coordinar y vigilar el pleno cumplimiento de esta obliga-

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

ción patronal. Para ello, dicho sistema fue estructurado en cuatro niveles:

- a) En el nivel base, se ubican las Comisiones Mixtas de Capacitación y Adiestramiento de cada empresa.
- b) En el segundo nivel, se encuentran los Comités Nacionales de Capacitación y Adiestramiento relacionados con las diferentes ramas industriales o actividades económicas.
- c) En el tercer nivel, se sitúan los Consejos Consultivos Estatales de Capacitación y Adiestramiento y el Consejo Consultivo de Empleo, Capacitación y Adiestramiento, creados para cubrir y dotar al sistema de instancias y asesoría.
- d) Y en el cuarto nivel, se ubica la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, dependencia a la que la Ley Federal del Trabajo le confiere facultades relacionadas con la organización, promoción y supervisión de comisiones mixtas; comités nacionales; planes y programas de capacitación; registro y autorización de agentes capacitadores y constancias de habilidades laborales.

Así pues, con esta infraestructura legislativa e institucional, el gobierno lopezportillista se dio a la tarea de impulsar el proceso de capacitación y adiestramiento en todas las actividades y sectores económicos del país, basándose en el carácter constitucio-

EL I.C.I.R.T.

nal de esta obligación patronal y prerrogativa obrera.

**2. LA CAPACITACION EN EL CONTRATO-LEY
DE LA INDUSTRIA RADIOFONICA.**

La influencia de estas medidas gubernamentales en la industria radiofónica nacional, se manifestó en los cambios registrados, en materia de capacitación, en el Contrato-Ley de dicha industria.

De acuerdo con la Ley Federal del Trabajo, un contrato-ley es un "convenio celebrado entre uno o varios sindicatos de trabajadores y varios patrones, o uno o varios sindicatos de patrones, para establecer las condiciones de trabajo en una rama determinada de la industria".⁴⁶

En el caso de la industria de la radiodifusión, la convocatoria de la celebración de su contrato-ley fue publicada el 27 de agosto de 1975, la Convención obrero-patronal fue instalada el 30 de octubre de ese mismo año y tres meses después fue publicado, en el *Diario Oficial*, el Contrato-Ley para la Industria de la Radio y Televisión.

La iniciativa para el establecimiento de este acuerdo nacional, provino del mismo gobierno de Luis Echeverría,

⁴⁶ Artículo 404, Ley Federal del Trabajo. Ed. Porrúa, México: 1994, 73ª edición actualizada, p. 189.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

aunque formalmente fueron los dos sindicatos mayoritarios de la radio y la televisión -STIRT y SITATyR- quienes solicitaron el contrato.

La firma de este documento, aseguran algunos investigadores, representó la posibilidad de unificar, aunque fuera parcialmente, a los trabajadores de la industria y homogeneizar las condiciones laborales de la radio y la televisión, tanto privada como estatal, en la medida en que se suprimieron los contratos de trabajo que individualmente cada empresa establecía con sus trabajadores.⁴⁷

Al mismo tiempo, significó, como afirman otros estudiosos del tema, la posibilidad para el Estado de controlar, por la vía laboral, a los medios de difusión, tomando en cuenta el contexto de enfrentamiento que persistía, en esos años, entre éstos y el gobierno de la República.

Y, de igual forma, fue un instrumento que otorgó cuotas de poder a los sindicatos mayoritarios de la industria -ambos pertenecientes a la CTM- y a los concesionarios de radio y televisión. A los sindicatos, porque en estas circunstancias, "aparecen como una carta más que tiene el Estado mexicano para intervenir en una industria privada, cohesionada y organizada como lo es la de radio y televisión"⁴⁸. De aquí emerge el poder que hasta

47 Ortega, Patricia y Trejo, Raúl, "Televisa y sus trabajadores...", Op. cit., p. 168.

48 Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión..., Op. cit., p. 186.

EL I.C.I.R.T.

hoy conserva la central obrera más grande del país, la CTM, la cual, por un lado puede apoyar a los empresarios permitiendo que se devalúen aún más las condiciones laborales en la radio y, por el otro, de acuerdo con sus propias conveniencias, puede apoyar al Estado denunciando las violaciones que los patrones cometan a la legislación laboral.

Y a los concesionarios, porque desde 1976 les ha permitido regular, a nivel nacional, las condiciones laborales de sus trabajadores. En este sentido, cabe precisar que en la Convención que antecedió a la firma del contrato-ley, los concesionarios de los medios de difusión masiva "cuidaron que se vaciaran en su texto las estipulaciones que en forma general existían ya vigentes, tanto en la radio como en la televisión; es decir, el contrato no tuvo carácter *reivindicatorio* (para los trabajadores)".⁴⁹

A través de la firma de este contrato no se pretendió establecer "nuevas reivindicaciones, prestaciones u otras peticiones que pudieran significar para las empresas una mayor carga.. Su firma -aseguraron los concesionarios- estabilizará sí, las condiciones de trabajo, pero dentro de las guías que se han dado a los Representantes de la industria y que han sido claramente comprendidas por los Sindicatos. Tenemos la seguridad de que no traerán como

⁴⁹ "El Contrato-Ley demostró la unidad que existe entre los radiodifusores de todo el país", en: *Antena*, No. 54, CIIRT, México: marzo-abril de 1976, p. 4.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

consecuencia una situación lesiva a los empresarios".⁵⁰

Así, efectivamente, la creación del contrato-ley en muy poco, o casi nada, influyó para mejorar las condiciones laborales de los trabajadores de la radio.

Por ello, los salarios se tabularon sobre la base de los mínimos de cada zona económica del país; se excluyó a los trabajadores contratados como eventuales, debido a que su número era -y sigue siendo- muy elevado, llegando incluso a rebasar al de los trabajadores de base, y se buscó que el contenido del contrato sólo se limitara a garantizar las condiciones laborales básicas, las que por ley constituyen un derecho de todos los trabajadores mexicanos.

De esta manera, desde su promulgación, en 1976, y en la primera revisión de 1978⁵¹, este contrato retomó en su artículo 75 la esencia del artículo 132 de la Ley Federal del Trabajo de 1970, ya que simplemente establecía la obligación de los concesionarios de "organizar, financiar y mantener permanentemente o periódicamente para los trabajadores a su servicio, cursos o enseñanzas de capacitación profesional, de conformidad con los planes y programas que de común acuerdo se elaboren con el sindi-

⁵⁰ "Información objetiva sobre el Contrato-Ley para la radiodifusión", en: *Antena*, No. 51, CIAT, México: octubre de 1975, p. 22.

⁵¹ Cabe precisar que en la primera revisión del Contrato-Ley de la industria radiofónica, en 1978, no se tomaron en cuenta las reformas legales al artículo 123 constitucional y la Ley Federal del Trabajo, porque tal revisión ocurrió en el mes de febrero y las reformas entraron en vigor hasta mayo de ese mismo año.

EL I.C.I.R.T.

cato"⁵², dejando de lado -al igual que la Ley Federal del Trabajo- cualquier precisión en cuanto a las acciones que se seguirían para cumplir cabalmente con dicha obligación.

Esto, aún a pesar de que en octubre de 1977, durante la Semana Nacional de Radio y Televisión, el tema de la capacitación técnica en las emisoras tomó fuerza entre las peticiones de los miembros de la CIRT, ante quienes el presidente de esta organización, Clemente Serna Alvear -el mismo que negoció con el sindicato la creación del Contrato-Ley- aseguró que una parte muy importante del programa de labores para su periodo, 1977-1978, sería el tema del personal técnico capacitado.⁵³

"El problema del personal especializado es tan agudo, sobre todo en provincia, que la Cámara ha buscado afrontarlo por diversos caminos. Incluso se han sostenido pláticas con la Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN) a fin de aplicar el plan escuela-industria en el ámbito de la radiodifusión. De las soluciones propuestas también destaca la de recurrir a la Escuela de Telecomunicaciones o bien, promover la creación de cursos por correspondencia, y así aumentar el número de técnicos disponibles", expresó en el mismo evento el ingeniero Jaime Robledo, asesor técnico de la CIRT.

⁵² "Decreto por el que se declara Contrato-Ley para la industria de la Radio y de la Televisión, el celebrado por Trabajadores y Patrones afectos a este ramo industrial", en: Diario Oficial, México: 30 de enero de 1976, p. 24.

⁵³ "Impulso a la capacitación técnica", en: Antena, No. 69, CIRT, México: noviembre-diciembre de 1977, p. 39.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Héctor Ramos Rojo, integrante de la Delegación de Sinaloa, a su vez, señaló que el problema que más afecta a los radiodifusores de su entidad es la falta de técnicos capacitados y con conocimientos actualizados, y propuso promover la capacitación de los técnicos para evitar el estancamiento de la industria. Rafael Rivas Franco, presidente de la Delegación de Yucatán, aseguró que la falta de personal técnico en su entidad se ha solucionado a través de la capacitación. "En diversas ocasiones hemos otorgado becas a nuestros técnicos para que se trasladen a la ciudad de México y mejoren y actualicen sus conocimientos. Considero que esto es un aspecto muy importante para superar el nivel de la radiodifusión", dijo el empresario.⁵⁴

Mientras, el ingeniero José Luis Rodríguez Ibarra propuso una solución doble para el problema de la insuficiencia de técnicos en esta industria: por una parte, las autoridades de la Cámara deben acercarse a instituciones como el Politécnico, la Universidad y otras, para gestionar que se impartan más cátedras relacionadas con la radiodifusión. Al mismo tiempo, las emisoras podrían abrir sus puertas para que los estudiantes conozcan equipos y sistemas, y haya un mayor interés por la especialidad y una mejor preparación en el terreno de la práctica.

⁵⁴ "Entrevistas a presidentes de delegaciones", en: *Antena*, No. 70, CIAT, México: enero-febrero de 1978, pp. 12-14.

EL I.C.I.R.T.

Y por otra parte, que los "pocos, pero buenos técnicos que tenemos en la radiodifusión pudieran impartir sus conocimientos, para así contribuir a la formación del personal capacitado".⁵⁵

En marzo de 1978, la AMITRA demandó, además, más apoyo de la CIRT para poner en práctica proyectos de capacitación y entrenamiento, en el área técnica de la radiodifusión, que desde su creación esta asociación había tratado de llevar a la práctica.

"Todo esto ayudará a mejorar los métodos de trabajo, a utilizar íntegramente los recursos con que se cuenta y a una mejor interpretación de las normas técnicas. Tales programas serían en un principio para la ciudad de México, pero sería muy importante que se hicieran llegar a la provincia. En esa forma todos cumpliremos mejor nuestro trabajo", afirmó en esa ocasión el ingeniero Jorge García Rangel, miembro de la AMITRA y Jefe de Estudios del Núcleo Radio Mil.⁵⁶

El resultado de estas inquietudes no quedó plasmado en el Contrato-Ley de la industria. En su lugar, se celebró el "Primer Seminario de Actualización Técnica para Radiodifusión", organizado por la CIRT con la participación de la AMITRA, "donde -con el fin de actualizar y unificar criterios de técnicos e ingenieros-

⁵⁵ "Impulso a la capacitación...", Op. cit.

⁵⁶ "Programas de entrenamiento técnico, propone el ingeniero García Rangel, de la AMITRA", en: *Antena*, No. 6, CIRT, México: marzo-abril de 1978, p. 25.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

en forma objetiva y técnica se analizaron diferentes temas relacionados con la instalación y operación de estaciones de Radiodifusión".⁵⁷

En 1980, dos años después de que se había definido a la capacitación como un derecho social de carácter constitucional y se había creado el Capítulo III-Bis para reglamentarla, la segunda revisión contractual de la industria radiofónica -efectuada en ese mismo año- modificó el texto del artículo referente a la capacitación, tomando en cuenta las reformas legales de 1978.

De esta manera, se determinó que "la empresa proporcionará capacitación y adiestramiento a sus trabajadores sindicalizados, conforme a los planes y programas que formulen de común acuerdo el sindicato y la empresa una vez que éstos sean aprobados por la Secretaría del Trabajo, a través del organismo correspondiente, en los términos de la Ley".⁵⁸

Estableció la formación del Comité Nacional de Capacitación y Adiestramiento de la Industria de la Radio y la Televisión -integrado por concesionarios y representantes sindicales-, al que se le confirió las tareas de proponer sistemas de capacitación y adiestra-

57 "Primer seminario de actualización técnica para radiodifusión", en: *Antena*, No. 75, CIRT, México: noviembre-diciembre de 1978, p. 6.

58 "Convenio de 31 de enero de 1980, en virtud del cual se da por revisado el Contrato-Ley de la Industria de la Radio y Televisión, vigente hasta el 31 de enero de 1982 y relativo al fondo de ahorro de dicha industria", en: *Diario Oficial*, México: 13 de febrero de 1980, p. 20.

EL I.C.I.R.T.

miento para y en el trabajo de la misma industria, y de vigilar -conjuntamente con la Comisión Nacional de Vigilancia- que las empresas radiofónicas cumplieran con esta obligación legal.

Este Comité, según explicó el licenciado José Luis Erosa, asesor legal de la CIRT, empezó a trabajar para alcanzar ese objetivo, contando con la asesoría de una Unidad Técnica de Apoyo, formada "por gente especializada en nuestra industria, como son los propios radiodifusores que el Consejo Directivo de nuestra Cámara sugirió".⁵⁹

Asimismo, se contempló la integración de las Comisiones Mixtas de Capacitación y Adiestramiento en cada radiodifusora.

Y se decretó la obligación de los trabajadores a asistir a los cursos y programas de capacitación y adiestramiento para los que fueran requeridos, y a presentar los exámenes correspondientes a fin de obtener la constancia de conocimientos y aptitudes aprobada por la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento de sus centros de trabajo.

Con respecto a estas nuevas obligaciones patronales, incluidas en el contrato-ley de la industria, después de varios llamados que la CIRT hizo a sus socios en los que resaltaba la importancia de cumplir con lo que marca la

⁵⁹ Erosa, José Luis, "El nuevo contrato-ley de la industria de la radiodifusión", en: Antena, CIRT, México: mayo-junio de 1980, Suplemento Especial.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Ley Federal del Trabajo en materia de capacitación, el Departamento de Asesoría Legal de la Cámara elaboró un informe -en 1980- del desarrollo que hasta ese momento habían tenido dichas disposiciones en la industria radiofónica nacional.

Este informe hizo referencia a las modificaciones efectuadas al contrato-ley en materia de capacitación:

"Ya en las circulares números 2345 del 15 de febrero de este año y 2354 del 8 de abril, les informamos respecto de la obligación que tenemos conforme a la Ley Federal del Trabajo y nuestro Contrato-Ley, en cuanto a capacitar y adiestrar a nuestros trabajadores, obligación que se contempló en la revisión pasada del Contrato-Ley, habiéndose integrado un capítulo especial dentro del propio Contrato-Ley".

Notificó sobre la creación del Comité Nacional de Capacitación y Adiestramiento:

"Para atender debidamente este asunto, el Consejo Directivo nombró a los representantes de esta industria para que, vía CONCAMIN, formen parte del Comité Nacional de Capacitación y Adiestramiento, dependiente de la UCECA, en donde se resolverá en última instancia la forma y términos en que se dará cumplimiento a esta obligación".

Y destacó la importancia de la creación de las Comisiones Mixtas de Capacitación y Adiestramiento dentro

EL I.C.I.R.T.

de cada empresa:

"Mientras tanto, esta Cámara se preocupó de coordinar la correcta integración de las comisiones mixtas que en cada estación deben crearse. Originalmente se propuso, por la representación patronal dentro del Comité Nacional de Capacitación y Adiestramiento, que fuera una sola comisión mixta a nivel nacional, lo cual fue rechazado por la Unidad Coordinadora del Empleo, Capacitación y Adiestramiento (UCECA), la que insistió en que, para dar debido cumplimiento a la ley, cada empresa debe crear en lo particular su propia comisión mixta. Es por ello que en las circulares mencionadas, les dimos a conocer la decisión de la UCECA y la urgente necesidad de que integren sus comisiones mixtas, conforme a la orientación que en las mismas les proporcionamos.

"Aprovechamos esta ocasión para recomendarles que si no han cumplido con esta obligación, lo hagan de inmediato y se eviten con ello la aplicación de una multa que puede ser hasta de 500 veces el salario mínimo de la zona económica de que se trate".⁶⁰

No obstante, a pesar de estos esfuerzos, la problemática de este proceso continuó vigente en la siguiente década, en el marco de la liberalización económica y la modernización del aparato productivo del país, impulsados por el nuevo gobierno, donde la capacita-

⁶⁰ "Informe de labores del Departamento de Asesoría Legal", en: *Antena*, No. 83, CIRT, México: mayo-junio de 1980, pp. 23-28.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

ción y la preparación profesional de los trabajadores de la industria de la radio adquirieron una nueva dimensión y mejores perspectivas.

2. 1986: CREACION DEL INSTITUTO DE CAPACITACION DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION (ICIRT).

En 1982 concluyó el gobierno del presidente José López Portillo, dejando al país sumido en una crisis económica que se caracterizó por el bajo nivel de crecimiento económico y la falta de oportunidades materiales para el grueso de la población mexicana.

De acuerdo con cifras del Banco de México y diversos informes, el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de 5.8% alcanzado en la década de 1972 a 1982, disminuyó a 0.1% de 1983 a 1988. A su vez, el ingreso per cápita descendió 14.8% en el mismo periodo 83-88. La inflación anual de precios al consumidor pasó -en los mismos años- de 22.7% a 92.9%. Y los pagos anuales de la deuda externa mexicana aumentaron de 482 millones de dólares -11.3% de las exportaciones nacionales de bienes y servicios- en 1972 a 11,300 millones -39% del mismo rubro- en 1982.

Ante tales circunstancias, la nueva administración, encabezada por Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988), se vio obligada, entonces, a pasar de un sistema económico cerrado y protegido, a una economía abierta, dirigida a impulsar, simultáneamente, el crecimiento económico y a eliminar los desequilibrios que generó el modelo de sustitución de importaciones, tal como lo fue la misma crisis de 1982.

A nivel macro, se dieron los primeros pasos para el establecimiento de una economía abierta, al estimular las

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

exportaciones de empresas nacionales; liberalizar las importaciones; reducir las diferencias entre aranceles mínimos y máximos hasta llegar a fijar como tasa máxima sobre importaciones del 20%, y firmar -en 1986- el protocolo de adhesión al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés).

Y a nivel micro, se diseñó una nueva política basada en la adopción de medidas de corte neoliberal, tales como la desincorporación de entidades estatales, el combate a la inflación, la apertura del mercado interno a productos e inversión extranjera, la instrumentación de un proceso de desregulación de la industria y del medio en que operaba, para eliminar controles que generaban costos innecesarios, y el fortalecimiento del aparato productivo nacional, en vías de tornarlo en verdaderamente eficiente y competitivo.

Medidas que estuvieron encaminadas a dismantelar la estructura de privilegios y concesiones que el esquema de sustitución de importaciones permitió afianzar entre miembros del sector empresarial, con más capacidad para el cabildeo que para generar valor, y la burocracia, la cual a través de las regulaciones, los precios y los subsidios, entre otras cosas, tuvo la capacidad para controlar la competencia interna y determinar el éxito o fracaso de las empresas.

Y, asimismo, medidas que estuvieron dirigidas a reestructurar al sector industrial, caracterizado por sus

EL I.C.I.R.T.

"bajos niveles de productividad como consecuencia, no sólo de la deficiente capacitación y adiestramiento de la mano de obra, sino además, del uso de tecnologías inadecuadas tanto social como regionalmente, de la naturaleza de mercados de bienes e insumos que restringen la difusión de mejoras de productividad y de formas inapropiadas de organización que obstaculizan su dinamismo".⁶¹

En el marco de esta nueva política económica, el gobierno mexicano determinó otorgar apoyo decidido a la capacitación de los trabajadores mexicanos.

Para ello, expidió -el 22 de agosto de 1984- el "Programa Nacional de Capacitación y Productividad 1984-1988", el primer documento en su tipo que efectuó un diagnóstico sobre los avances y fracasos, que hasta ese momento se habían alcanzado en términos de capacitación y productividad en el país; proyectó al aumento de los niveles de productividad como un medio para enfrentar los efectos de la crisis económica; concibió a la capacitación como la vía para obtener tal fin; vinculó, por vez primera, a los dos elementos -capacitación y productividad- en la búsqueda de mejores niveles de vida para los trabajadores mexicanos; y dio un nuevo impulso y vigencia al tema de la capacitación entre las instituciones involucradas: autoridades laborales, gobierno, trabajadores y empresarios.

⁶¹ Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, Poder Ejecutivo Federal, Talleres Gráficos de la Nación, México: junio de 1983, p. 162.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

La aplicación de este programa quedó en manos de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), la cual, para tal efecto, realizó modificaciones a su estructura interna. A través de su nuevo Reglamento Interior -publicado en el *Diario Oficial* del 4 de marzo de 1983- estableció la creación de la Dirección General de Capacitación y Productividad. Y, de acuerdo con las reformas del 30 de diciembre del mismo año, las funciones asignadas a la Unidad Coordinadora del Empleo, Capacitación y Adiestramiento (UCECA), fueron absorbidas en forma directa por la Secretaría del Trabajo, con la consecuente disolución de la citada unidad.

Las atribuciones conferidas a la Dirección General de Capacitación y Productividad tuvieron como finalidad: normar, promover, supervisar y asesorar la capacitación y el adiestramiento de los trabajadores; cuidar la constitución y funcionamiento de las comisiones mixtas; supervisar el desempeño de las instituciones que imparten capacitación; implantar programas de capacitación para y en el trabajo, en coordinación con la Secretaría de Educación Pública; aprobar o rechazar planes y programas de capacitación; realizar programas de investigación de productividad; diseñar y proponer lineamientos de carácter nacional, regional y sectorial para incrementar la productividad así como para lograr la justa distribución de los beneficios que se obtengan de ella.

A partir del diagnóstico efectuado por el Programa Nacional de Capacitación y Productividad en materia de ca-

EL I.C.I.R.T.

pacitación, se encontró que los esfuerzos realizados desde 1978 hasta 1984 eran aún insuficientes y desarticulados.

Por un lado, la infraestructura de capacitación para el trabajo, dispuesta por el gobierno federal, resultó inadecuada -ocupacional y regionalmente- para atender la demanda de la población que aspiraba a capacitarse y a alcanzar mayores niveles de bienestar.

La vinculación de los centros e instituciones encargados de impartir cursos de capacitación para el trabajo, con el sector productivo fue deficiente, en virtud de que en algunos casos, se escolarizaron los programas de capacitación y, en otros, no se dio la flexibilidad operativa para permitir preparar a la mano de obra calificada que precisaba la planta productiva.

Asimismo, la infraestructura del gobierno federal que tenía como objetivo apoyar la capacitación y el adiestramiento en el trabajo, no logró establecer servicios permanentes y oportunos, particularmente para que la pequeña y mediana empresa pudieran cumplir con su obligación legal.

En este sentido, es necesario destacar que, precisamente, fue en la pequeña y mediana empresas, en donde se presentó una problemática particular en este ámbito, por la falta de capacidad técnica al interior de ellas, insuficientes recursos financieros y ausencia de una política de fomento y apoyo de capacitación y adiestramiento en el trabajo.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Por otro lado, el Sistema Nacional de Capacitación y Adiestramiento mostró una serie de rigideces en su operación, vinculadas con el burocratismo y excesivo peso de los trámites de registro; ausencia de una participación efectiva y real de los trabajadores y empresarios ante las diversas instancias del Sistema; centralismo e insuficiente participación de los órganos locales de las entidades federativas y municipios; carencia de un sistema metodológico y conceptual para dar respuesta a las demandas de las instituciones capacitadoras y un mercado anárquico de agentes de capacitación.

En tanto, en el ámbito de la capacitación en el trabajo el panorama no fue más alentador.

Hasta febrero de 1984, de las aproximadamente 370 mil empresas registradas en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) que daban empleo a 6 millones de trabajadores, sólo 95 mil -incluidas las de la radio concesionada- habían constituido y registrado, ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, sus comisiones mixtas con el propósito de vigilar de manera efectiva que la capacitación y el adiestramiento se otorgara a 3.7 millones de trabajadores. De estas empresas, 42 mil habían registrado sus planes y programas, a través de los cuales se capacitaba a 2 millones de trabajadores.

A partir de estas carencias, el Programa Nacional de Capacitación y Productividad 1984-1988, dado el carácter transversal de sus variables, planteó desde una perspecti-

EL I.C.I.R.T.

va intersectorial, la desagregación de sus acciones en dos grandes vertientes:

1. El Subprograma de Capacitación y Productividad de los Sectores Formal y Social, cuya aplicación directa quedó en manos de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Su universo de acción se dirigió a los trabajadores y empresas sujetas al apartado "A" del artículo 123 constitucional, y a las personas y grupos sociales que desarrollando una actividad productiva, carecieran de una relación formal de trabajo.

2. Y el Subprograma de Capacitación y Productividad del Sector Público, cuya competencia directa recayó en la Secretaría de Programación y Presupuesto. Su ámbito de acción fue el de los trabajadores al servicio del Estado, cuya relación está regida por el apartado "B" del artículo 123 constitucional.

Asimismo, en materia de productividad, se propuso reorientar la estructura del aparato productivo y diluir los efectos heterogéneos que manifestaron los niveles de productividad nacional, sectorial y regional. Y en el ámbito de la capacitación, se determinó superar los obstáculos enfrentados por el Sistema Nacional de Capacitación y Adiestramiento y su cobertura efectiva, y mejorar la calidad e integración de los contenidos de capacitación, mediante una mayor vinculación entre la educación de adultos con los procesos capacitadores, en una perspectiva permanente para programar el cambio y la

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

adecuación tecnológica, y propiciar la solución de problemas como la desigualdad social y regional y la insuficiencia de ahorro de divisas.

Para hacer efectivos estos objetivos, se plantearon diversas acciones, entre las que se incluyeron:

- Fomentar y apoyar el incremento de la productividad armonizando las políticas sectoriales, la asistencia técnica a las empresas públicas, privadas y sociales y la concertación de acciones entre los factores de la producción.

- *Consolidar la práctica de la capacitación y el adiestramiento en el trabajo, a través de la vigilancia y la supervisión de las obligaciones empresariales que impone la ley en esta materia. Y efectuar la simplificación de los criterios y las formas para el registro de agentes capacitadores, comisiones mixtas, planes y programas y sistemas generales de capacitación y adiestramiento.*⁶²

- Intensificar la capacitación para el trabajo, mediante la coordinación de la infraestructura capacitadora de que disponen el gobierno federal y los sectores privado y social.

- Vincular la investigación, el desarrollo y la innovación

⁶² El subrayado es mío.

EL I.C.I.R.T.

tecnológica a los requerimientos de la planta productiva, de tal forma que se limiten los efectos negativos entre los mayores niveles de productividad y el empleo.

- Promover la mayor vinculación posible entre niveles de productividad y salario.

- Apoyar el proceso de desconcentración de la actividad económica y de los servicios sociales, a través de la descentralización de las acciones, proyectos y programas de capacitación y productividad al interior del país.

Todas estas acciones tuvieron repercusiones en los diversos sectores industriales del país. Sin embargo, es preciso señalar que para fines de esta investigación no se efectuó el seguimiento de los resultados de este programa, a nivel nacional, en todo el aparato productivo, por el despliegue de recursos que ello significaba y porque, directamente, no resultaba indispensable para este trabajo.

En cambio, lo que sí resultó significativo fue percibir cómo influyó en la toma de decisiones de los empresarios de la radiodifusión, en materia de capacitación, no sólo la creación de este primer Programa Nacional de Capacitación y Productividad, sino también las acciones que en él se determinaron para hacer cumplir a los patrones con dicha obligación legal.

A) EL COMPROMISO DE CAPACITACION DE LA CIRT.

Al iniciar la década de los ochenta, ya no sólo los cambios ocurridos en el campo de la comunicación afectaban el comportamiento de los medios de difusión masiva, sino también -dadas las peculiaridades de la radiodifusión comercial en México- las transformaciones que se sucedían en materia económica.

Al igual que el resto del aparato productivo del país, la industria de radio y televisión padeció los efectos negativos de la crisis económica, sobre todo, a partir de la forma en que ésta influyó en el sistema cambiario.

"Desde el 18 de febrero de este mismo año (1983), cuando se devaluó el peso mexicano, la industria de Radio y Televisión no podía sentirse optimista ante un panorama de constantes devaluaciones, ya que los equipos, partes y refacciones en general que utilizan las estaciones de Radio y Televisión tienen que ser importados".⁶³

Por esa razón, los industriales de la radio y la televisión apoyaron la decisión gubernamental de reabrir el mercado de cambios y de poner en marcha el proceso de liberalización económica y de apertura comercial.

⁶³ "Economía", en: Antena, No. 4, CIRT, México: enero-febrero de 1983, p. 10.

EL I.C.I.R.T.

"Esta nueva política -afirmaron los dirigentes de la CIRT- pretende estimular las exportaciones para captar las divisas necesarias para la importación, promover el buen nombre de México en los mercados internacionales de Capital y entorpecer lo menos posible las transacciones internacionales; asimismo, proteger las relaciones económicas y sociales de las poblaciones fronterizas, promover el turismo extranjero y estimular la repatriación de Capitales".⁶⁴

Festearon, además, el anuncio del Banco de México sobre la apertura de la libre importación y exportación de moneda y de metales; así como la afluencia de dólares, en los primeros meses de 1983, hacia la Banca Nacional, luego de que a mediados de diciembre de 1982 no se registró la llegada de un solo dólar al país.

Y manifestaron su plena confianza en el programa económico del gobierno. En diciembre de 1983, la CIRT afirmó:

"La economía mexicana se recupera y el México de subsidios y sueños al que estábamos acostumbrados se ve cada día más lejano. Los mecanismos gubernamentales para mejorar la posición económica del país tras de una fuerte crisis financiera, han sido positivos y las medidas de austeridad no han puesto en peligro la estabilidad Político-Social del país. Hasta fin de este año el gobierno mexicano ha logrado detener la inflación lo cual

64 Ibidem.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

demuestra que sus políticas desinflacionarias se han distribuido equitativamente entre la población asegurando que las medidas de ajuste podrán continuar durante gran parte de 1984, sin detrimento de la paz social. A fines de este año la inflación en México oscilará entre 60 y 61%, lo cual justifica las medidas adoptadas. No olvidemos que el año pasado por estas mismas fechas, la inflación era de un 120%".⁶⁵

Como parte de las necesidades que plantearon las nuevas medidas gubernamentales y la liberalización económica, y como resultado de todas las acciones que se han descrito en el presente capítulo, nació el compromiso de capacitación de la industria radiofónica nacional, más por obligación que por convicción.

Por un lado, una vez que las empresas empezaron a enfrentar la apertura comercial, un mercado libre de protección estatal y subsidios, y la competencia de los consorcios extranjeros, la capacitación adquirió el carácter de necesidad empresarial para poder acceder a mayores niveles de productividad y, por tanto, de competitividad.

Y por el otro, a partir de las experiencias de la Escuela del STIRT y la AMITRA, el establecimiento de la capacitación como una obligación constitucional de los patrones y de la presión ejercida por la Dirección General de Capacitación y Productividad de la Secretaría del Tra-

⁶⁵ "Universo", en: *Antena*, No. 5, CIRT, México: noviembre-diciembre de 1983, p. 12.

EL I.C.I.R.T.

bajo, como parte de su función de supervisión, la industria de la radiodifusión retomó el trabajo que en materia de capacitación, había dejado inconcluso desde 1980.

De ello, dejó constancia la circular número 2586 del 23 de julio de 1984 girada por el licenciado Luis Aviña Ayala, asesor jurídico de la CIRT, a todos los concesionarios de radio del país. Circular en la que se informó de la prórroga gestionada por el Comité Nacional de Capacitación y Adiestramiento de la Industria de Radio y Televisión ante la Dirección General de Capacitación y Productividad y de ésta, a su vez, ante la Dirección General de Delegaciones Federales del Trabajo de la misma STPS, para suspender las inspecciones y los procesos sancionadores, en el ámbito de la capacitación, que dichos organismos empezarían a efectuar en las emisoras de radio y televisión.

Asimismo, notificó del plazo de cuatro meses más⁶⁶ que ambas direcciones otorgaron a la CIRT y a sus socios para registrar los respectivos planes y programas de capacitación y adiestramiento del ramo. Y anunció el compromiso de los dirigentes de la CIRT y los representantes sindicales de efectuar, antes de que expirara el plazo señalado -el 31 de octubre de 1984-, la reorganización del Comité Nacional de Capacitación y Adiestramiento y el diseño de los Sistemas Generales de

⁶⁶ El primer plazo que se le dio a la CIRT y sus afiliados para cumplir con los lineamientos legales en materia de capacitación, venció el 26 de junio de 1984.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Capacitación de la Industria de Radio y Televisión, a los cuales todos los radiodifusores podrían adherirse para cumplir con sus obligaciones ante la STPS. (Ver Cuadro 14)

Paralelamente, en esa misma fecha -23 de julio- el licenciado José Luis Laris Rodríguez, presidente del Consejo Directivo de la CIRT, inauguró el "*Primer Seminario de Formación de Instructores*" en las instalaciones de la Cámara, cuya coordinación estuvo a cargo del propio Consejo Directivo de la CIRT y de los representantes de la Dirección General de Capacitación y Productividad de la STPS.

En el marco de este evento -que tuvo una duración de 5 días, con ocho horas diarias de trabajo- el licenciado Laris expresó su pleno apoyo al proceso de capacitación dentro de la CIRT, al señalar que "es particularmente importante que las empresas de radio y televisión del país cuenten con planes de capacitación para los empleados, ya que esto redundará en beneficio de la industria".

Y exhortó a los participantes -personal ejecutivo de Radio Cadena Nacional, Radio Ventas de Provincia, Grupo ACIR, Radio Mil, Radio 620, Corporación Mexicana de Radiodifusión, Radio Centro, Radio ABC, Radio Crystal, Radio Fórmula, Radio Chapultepec, XEQK y la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal- a "sacar el mayor provecho posible a estos cursos", agregando que "entre más

CUADRO No. 14

**SECRETARIA DEL TRABAJO
Y PREVISION SOCIAL**

**DEPENDENCIA: DIRECCION GENERAL
DE CAPACITACION Y
PRODUCTIVIDAD.**

SECCION:

NEBA:

NUMERO DEL OFICIO: Econ. 000895

ASUNTO:

Ciudad de México, 27 de junio de 1984.

C. MAYOR JAVIER RUEDA VELAZQUEZ
*Director General de Delegaciones
Federales del Trabajo.*
P r e s e n t e.

En relación al oficio de fecha 25 de mayo del año en curso, en el cual me permití solicitar a usted girare sus instrucciones a los Delegados Federales del Trabajo, en el sentido de que suspendieran las actividades de inspección y la iniciación del procedimiento sancionador respecto de las Empresas de la Radio y de la Televisión por un mes a partir de esta fecha, plazo que fue solicitado por el Comité Nacional de Capacitación y Adiestramiento de la Industria de la Radio y de la Televisión, me permito comunicar a usted que el mencionado Comité Nacional ha solicitado a esta Dirección General a mi cargo, una prórroga en dicho plazo hasta el 31 de octubre del presente año.

En atención a lo anterior me permito solicitar de la manera más atenta y de no existir inconveniente, gire sus instrucciones a los Delegados Federales del Trabajo a fin de que se haga efectivo el plazo antes citado a las empresas de la Industria de la Radio y de la Televisión.

Con este plazo se prevé la reorganización del Comité y el establecimiento de un Sistema General de Capacitación para toda la Rama, de manera que puedan dar cumplimiento a la obligación de proporcionar capacitación a todos los trabajadores.

Agradezco de antemano la atención que se sirva prestar a este asunto y le reitero la seguridad de mi más distinguida consideración.

A T E N T A M E N T E
SUFRAGIO EFECTIVO NO REELECCION
EL DIRECTOR GENERAL
ING. ALBERTO AMADOR LEAL.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

preparación tenga una persona, desarrollará su trabajo con más eficiencia y rapidez".⁶⁷

Días después -del 6 al 10 de agosto- se verificó la segunda versión de este Seminario. En este acto, los dirigentes de la CIRT anunciaron la extensión de este evento a diversas entidades del país en los siguientes meses del año.

A partir de este momento, el departamento de Asesoría Jurídica⁶⁸ de la CIRT y su titular, Lic. Luis Aviña Ayala, asumieron la responsabilidad de informar a los concesionarios de todo el país acerca de las modificaciones en los procedimientos de registro y trámites legales, que ante las autoridades laborales tenía que realizar cada empresa de radio; así como de los avances en los trabajos del Comité Nacional de Capacitación de esta industria.

En el primer caso, como producto del cambio de sexenio y la creación del Programa Nacional de Capacitación y Productividad, se operaron cambios estructurales en la Secretaría del Trabajo. Uno de los más importantes, en términos de capacitación, fue la desaparición

⁶⁷ "Primer Seminario de Formación de Instructores", en: Antena, No. 10, CIRT, México: septiembre-octubre de 1984, pp. 36 y 37.

⁶⁸ El servicio de asesoría jurídica de la CIRT se empezó a proporcionar desde 1975, como una de las actividades de la XVII Semana Nacional de Radio y Televisión, en el marco de las negociaciones de la firma del Contrato-Ley de la industria. Posteriormente, en 1980, el Departamento de Asesoría Jurídica, al frente del cual estaba el licenciado José Luis Erosa Vara, rindió su primer informe de labores ante el Consejo Directivo del propio organismo empresarial.

EL I.C.I.R.T.

ción de la UCECA⁶⁹ y la creación de la Dirección General de Capacitación y Productividad, la cual diseñó un nuevo proceso de simplificación administrativa dentro del área y elaboró las nuevas formas para el registro de las comisiones mixtas y planes y programas de las empresas.

La circular número 2593 del Departamento de Asesoría Jurídica de la CIRT explicó que en la forma DC-1 -primer trámite en el cumplimiento de esta obligación patronal- se debía informar sobre la constitución de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento. Y recomendó a los radiodifusores que si la Dirección General de Capacitación aún no les había informado su número de registro de comisión mixta, "vuelvan a efectuar dicho trámite, en el que se han disminuido los requisitos que fija la autoridad".⁷⁰

Por otra parte, en la forma DC-1A se debía asentar la información sobre la actualización de la comisión mixta, es decir, cualquier cambio o modificación que se haya registrado en la comisión en cuanto a sus integrantes. (Ver Cuadros 15 y 16)

En tanto, en la forma DC-2 se tenía que presentar, de manera resumida, el plan y programas de capacitación y adiestramiento. Y por medio de la DC-2A se comunicaría cualquier cambio en dichos planes y programas a las autoridades laborales de las diversas entidades federales.

⁶⁹ Ver inicio de este apartado.

⁷⁰ "Notiantena. Circular No. 2593", en: *Antena*, No. 11, CIRT, México: noviembre-diciembre de 1984, p. 29.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Por lo que se refiere al trabajo del Comité Nacional de Capacitación y Adiestramiento de esta industria⁷¹, destacaron, como sus labores más importantes, el registro de la CIRT como institución capacitadora y la elaboración y el registro de los Sistemas Generales de Capacitación y Adiestramiento para Radio y Televisión ante la STPS; es decir, el conjunto de planes y programas de capacitación y adiestramiento para ambas ramas industriales, cuya finalidad es satisfacer las necesidades que en la materia presenten la *totalidad* de empresas que las integran.⁷²

En este sentido, de acuerdo con el oficio enviado por el Director General de Capacitación y Productividad, Ing. Alberto Amador Leal, a la presidencia de la CIRT, los Sistemas Generales de Capacitación y Adiestramiento de la industria quedaron oficialmente registrados el 21 de diciembre de 1984, con las series SG-181401002, para Radio, y SG-181402003, para Televisión.

71 Tomando como base las disposiciones del artículo 153-K de la Ley Federal del Trabajo, el Comité Nacional de Capacitación y Adiestramiento de la Industria de Radio y Televisión está integrado por representantes de los concesionarios -o patrones- y de los trabajadores -sindicatos- y tiene, entre otras, las funciones de analizar las necesidades de capacitación y adiestramiento de la Industria de Radio y Televisión; proponer acciones tendientes a elevar el nivel de calificación en el trabajo de las personas que laboran en la industria; informar a la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, acerca de las acciones de capacitación que se llevan a cabo en la industria; establecer las estrategias a seguir en la Industria en lo referente a la capacitación y adiestramiento; y proponer sistemas de capacitación y adiestramiento para y en el trabajo en relación con la rama industrial o actividades correspondientes.

72 Aviña Ayala, Luis, "Capacitación y Adiestramiento para los trabajadores de la industria de la radio y la televisión", en: *Antena*, No. 10, CIRT, México: septiembre-octubre de 1984, p. 11. Aunque por ley el Sistema General de Capacitación y Adiestramiento, emanado de las reuniones del Comité Nacional de la rama industrial de que se trate, debe ser aplicado en todas las empresas que la integran, tal como también lo señala el licenciado Luis Aviña, en la industria radiofónica no se estableció -como veremos más adelante- tal obligatoriedad. El subrayado es mío.

CUADRO No. 15

SECRETARIA DEL TRABAJO Y PREVISION SOCIAL
DIRECCION GENERAL DE CAPACITACION Y PRODUCTIVIDAD

INFORME SOBRE LA CONSTITUCION DE LA COMISION MIXTA DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO

NO ENTREGADA	NO LLENADA
--------------	------------

I.- DATOS DE LA EMPRESA:

NOMBRE O RAZON SOCIAL		R.F.C.		NO LLENAR		MES Y AÑO	
CALLE	NO LLENAR	NO LLENAR	COLONIA	PUEBLACION	CEDIOS POSTAL		
MUNICIPIO O DELEGACION POLITICA	NO LLENAR	UNIDAD FEDERATIVA		NO LLENAR	TELEFONO(S)		
SI EL DOMICILIO DONDE LA EMPRESA RECIBE CORRESPONDENCIA ES DIFERENTE DEL ANTERIOR, FAVOR DE INTERCAMBIAR							
DETALLE DE ACTIVIDADES O BIEN DE LA EMPRESA							NO LLENAR

II.- DATOS DE LOS TRABAJADORES

NO. TOTAL DE TRABAJADORES DE LA EMPRESA	NO. DE TRABAJADORES REPRESENTADOS EN LA COMISION MIXTA DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO	NO. DE TRABAJADORES REPRESENTADOS EN EL CONTRATO		
[]	[]	[]	[]	[]
		INDIVIDUAL	COLECTIVO	LEY

III.- DATOS DEL SINDICATO

DENOMINACION				NO. REGISTRO	
CALLE	NO LLENAR	NO LLENAR	COLONIA	CEDIOS POSTAL	
PUEBLACION	MUNICIPIO O DELEGACION POLITICA		NO LLENAR		
UNIDAD FEDERATIVA	NO LLENAR	TELEFONO(S)			
FORMA DE I			HOJA 1 ANVERSO		

IV.- CONSTITUCION DE LA COMISION MIXTA DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO

"EL NUMERO DE REPRESENTANTES DE LOS TRABAJADORES DEBE SER PROPORCIONALMENTE IGUAL AL NUMERO DE REPRESENTANTES DEL PATRON"

REPRESENTANTE DE LOS TRABAJADORES			REPRESENTANTES PATRONALES		
NOMBRE	R.F.C.	FIRMA	NOMBRE	R.F.C.	FIRMA

INDICIO DE ACTIVIDADES DE LA COMISION MIXTA DA _____ MES _____ AÑO _____
 DURACION EN EL CARGO _____ (CONFORME A LAS BASES GENERALES DE FUNCIONAMIENTO)
 SI LA COMISION MIXTA PIDE PARA MAS DE UN ESTABLECIMIENTO INDICAR TOTAL _____ Y DOMICILIOS _____

V.- DOCUMENTACION ADJUNTA

- BASES GENERALES DE FUNCIONAMIENTO FIRMADAS POR LA COMISION MIXTA
 - RELACION DEL TOTAL DE TRABAJADORES REPRESENTADOS CON LA FIRMA DE CERTIFICACION DE LA MAYORIA (CUANDO NO HAY SINDICATO)

VI.- CERTIFICACION DE LA COMISION MIXTA DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO

POR LOS TRABAJADORES _____ NOMBRE Y FIRMA DEL SECRETARIO GENERAL DEL SINDICATO O REPRESENTANTE LEGAL CUANDO NO HAY SINDICATO BASTARA CON AMENAR LA RELACION	POR LA EMPRESA _____ NOMBRE Y FIRMA DEL PATRON O REPRESENTANTE LEGAL
LUGAR Y FECHA _____	

LOS DATOS QUE SE PROPORCIONAN SON BAJO PROTESTA DE SER VERDADEROS, ASUMIENDO LA RESPONSABILIDAD EN QUE INCURRE TODO AQUEL QUE NO SE CUMPLA CON VERDAD

FORMA DE -1 HOJA 1 REVERSO

CUADRO No. 16

SECRETARIA DEL TRABAJO Y PREVISION SOCIAL
DIRECCION GENERAL DE CAPACITACION Y PRODUCTIVIDAD
INFORME SOBRE LA ACTUALIZACION RELATIVA
A LA COMISION MIXTA DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO

I - NOMBRE O RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA

II - DOMICILIO DE LA EMPRESA

CALLE	No. EXT	No. INT	COLONIA
POBLACION	C.P.	MUNICIPIO O DELEGACION POLITICA	
ENTIDAD FEDERATIVA	No. CANTON	TELÉFONO (SI)	

No. DE REGISTRO DE LA COMISION MIXTA

No. DE OFICIO DE REGISTRO

No. DE ENTRADA DE ACTUALIZACION

SI EL DOMICILIO DONDE LA EMPRESA RECIBE CORRESPONDENCIA ES DIFERENTE DEL ANTERIOR, FAVOR DE INDICARLO

III - ACTUALIZACION DE LOS REPRESENTANTES DE LOS TRABAJADORES ANTE LA COMISION MIXTA

DATOS ANTERIORES		DATOS ACTUALES		
NOMBRE	R F C	NOMBRE	R F C	FIRMA

IV - ACTUALIZACION DE LOS REPRESENTANTES PATRONALES ANTE LA COMISION MIXTA

DATOS ANTERIORES		DATOS ACTUALES		
NOMBRE	R F C	NOMBRE	R F C	FIRMA

FORMA D C - 1 A

HOJA I ANVERSO

V - MODIFICACION DE LAS BASES GENERALES DE FUNCIONAMIENTO DE LA COMISION MIXTA

VI - MODIFICACION DE LA EMPRESA O DEL SINDICATO

TIPO DE MODIFICACION	DATOS ANTERIORES	DATOS ACTUALES
R F C		
IMSS		
NOMBRE O RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA		
DOMICILIO DE LA EMPRESA		SE DEBO HABER ANOTADO EN LA PRIMERA HOJA (ANVERSO)
GIRO O ACTIVIDAD DE LA EMPRESA		
No. DE ESTABLECIMIENTO		ANEXAR RELACION CON DOMICILIOS
No. DE TRABAJADORES		
RELACION LABORAL		
NOMBRE DEL SINDICATO		
DOMICILIO DEL SINDICATO		
OTROS (ESPECIFICAR)		

VII - CERTIFICACION DE LA ACTUALIZACION

NOMBRE Y FIRMA DEL PATRON O REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA

NOMBRE Y FIRMA DEL SECRETARIO GENERAL DEL SINDICATO REPRESENTANTE LEGAL O EL ELEGIDO POR LA MAYORIA DE LOS TRABAJADORES

LUGAR Y FECHA _____

LOS DATOS QUE SE PROPORCIONEN SON BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, APERCIBIDOS DE LA RESPONSABILIDAD EN QUE SE INCURRE TODO AQUEL QUE NO SE CONDUCE CON VERDAD

FORMA D C - 1 A

HOJA I REVERSO

EL I.C.I.R.T.

De la misma manera, la CIRT obtuvo su registro, CN-17011250013, como institución capacitadora después de haber presentado, ante las autoridades del Trabajo, los resultados de la impartición de su curso de "Formación de Instructores", a través del cual la Cámara contó con los instructores externos que se requerían para ello.

Al respecto, el licenciado José Laris Rodríguez, presidente del Consejo Directivo de la Cámara, precisó que "la CIRT se convirtió en Institución capacitadora para facilitar a sus afiliados el cumplimiento con esta obligación que emana del Artículo 153 de la Ley Federal del Trabajo y evitar que sean sorprendidos por empresas capacitadoras que no cuenten con los requisitos que marca la Ley, y que no tienen la información especializada de nuestra industria para poder desarrollar la capacitación como un verdadero beneficio para nosotros y los trabajadores".⁷³

Para dar cumplimiento a estos acuerdos entre la CIRT y las autoridades laborales, el Departamento de Asesoría Jurídica, dirigido por su nuevo titular, el licenciado Emilio Raúl Sandoval Navarrete, asumió, también, la función de asesorar a las emisoras de radio en el cumplimiento de capacitar a sus trabajadores. Para ello, estableció un plan de trabajo, a seguir por la Cámara y las radiodifusoras, integrado por los siguientes pasos:

⁷³ "Notiantena. Circular No. 2651", en: Antena, No. 138, CIRT, México: julio-agosto de 1985, p. 16.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

1º Cada estación de radio deberá cumplir con el trámite de constitución y registro de su Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento a través de la forma DC-1.

2º Cada emisora deberá enviar, por lo menos, a una persona al curso para instructores que aún sigue impartiendo la CIRT por diversas zonas del país.

3º La Cámara -previa elaboración- aplicará a los trabajadores de las radiodifusoras los cursos que integran los Programas Generales de Capacitación; es decir, "las unidades formales y explícitas de carácter terminal que forman parte de un sistema general que responde a un determinado cuerpo de trabajo integrado por uno o más módulos, y al cual se pueden adherir las empresas".⁷⁴

4º Una vez que cada uno de los trabajadores de las radiodifusoras haya cubierto el curso correspondiente, se procederá a enviar a cada empresa el examen respectivo de dicho curso.

5º El examen será resuelto por cada trabajador en forma individual y con la supervisión de la Comisión Mixta de cada una de las empresas y por el instructor externo, si es que la empresa ya cuenta con él.

6º Resuelto el examen se enviará a la Cámara para que se evalúe, registre y acredite ante la Secretaría del Trabajo

⁷⁴ Aviña Ayala, Luis, Op. cit.

EL I.C.I.R.T.

y Previsión Social, a través de la CIRT como la institución capacitadora.

Al mismo tiempo, el Departamento de Asesoría Jurídica informó a los concesionarios de radio que cada curso tendría un costo extra con respecto a la cuota anual que se paga a la CIRT por el hecho de pertenecer a ella. Y les reiteró que contaban con la libertad de adherirse a la CIRT y a los Sistemas Generales de Capacitación y Adiestramiento de la Industria de Radio y Televisión, o escoger a la Institución Capacitadora que consideraran más adecuada, para la elaboración de los planes y programas de capacitación de sus empresas.⁷⁵

El trabajo desarrollado por el Departamento de Asesoría Jurídica para cumplir con las responsabilidades de la CIRT como institución capacitadora, sólo duró alrededor de dos años debido a que en 1986 -8 años después de las reformas legales de 1978- se constituyó el primer INSTITUTO DE CAPACITACION DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION (ICIRT).

Es decir, hasta 1985 no existió en toda la industria de radio y televisión una institución especializada, creada no sólo para proporcionar asesoría para cumplir con el mero requisito legal, sino sobre todo, para apoyar la real capacitación de los recursos humanos de esta rama industrial, a partir de los programas y cursos que los Sistemas Generales ya habían delineado.

75 "Notiantena, Circular 2651..., Op. cit.

B) OBJETIVOS Y FUNCIONAMIENTO DEL ICIRT.

De esta manera, nació el ICIRT en septiembre de 1986 y fue presentado, a todos los radiodifusores del país, durante la XXVIII Semana Nacional de Radio y Televisión como la instancia que permitiría "satisfacer las diversas necesidades de capacitación, optimizar los recursos existentes y cristalizar el lema *INVERTIR EN EL RECURSO HUMANO ES INVERTIR UTILIDAD A LA EMPRESA*"⁷⁶, en la industria radiofónica nacional.

La historia del ICIRT, es la historia de un instituto que ha tenido que librar obstáculos internos y externos para poder cumplir con los objetivos para los que fue creado:

* Brindar asesoría a las empresas pertenecientes a la Industria, en lo relativo a los procedimientos que se deben adoptar para cumplir con la obligación de capacitar a los trabajadores.

* Tramitar ante la Autoridad Laboral los registros correspondientes de las Comisiones Mixtas, los Planes y Programas de Capacitación y Adiestramiento y las Constancias de Habilidades Laborales de los trabajadores capacitados.

* Estudiar los mecanismos óptimos para llevar a cabo el proceso de capacitación en las empresas (radiodifusoras).

⁷⁶ "El Instituto de Capacitación de la Industria de Radio y Televisión", en: *Antena*, No. 146, CIART, México: noviembre-diciembre de 1986, p. 17.

EL I.C.I.R.T.

- * Llevar un control de los trabajadores que se están capacitando.
- * Investigar acerca de los contenidos de los módulos de capacitación de acuerdo con los Programas Generales establecidos.
- * Desarrollar, instrumentar y evaluar los cursos y/o eventos de capacitación que se realicen.
- * Operar el Sistema General de Capacitación de la Industria, apoyando a las empresas no sólo en cumplir con el requisito, sino en la formación de sus propios recursos humanos.

De acuerdo con los dirigentes que ha tenido, podemos distinguir tres etapas en los ocho años -de 1986 a 1994- de vida del ICIRT: la primera, coordinada por la licenciada Felicitas Varela Ferrara; la segunda, dirigida por el licenciado César Hernández Espejo; y la tercera, encabezada por la licenciada Patricia González Villanueva.

La licenciada Felicitas Varela Ferrara, como primera coordinadora del ICIRT, realizó en noviembre de 1986 el balance de trabajo de los tres primeros meses de existencia del Instituto:

"El ICIRT, se encuentra trabajando en la actualización de los Sistemas y Programas Generales, la elaboración de paquetes didácticos, la gestión de trámites administrativos y legales, así como en la consolidación de su estructura orgánica y funcional. Habiendo en tres

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

meses de operación, capturado y organizado más de 300 expedientes de estaciones de radio, gestionado cerca de 150 registros, acreditado ante la Secretaría del Trabajo 80 requerimientos de un promedio de 100 reportados, atendido y proporcionado más de 100 asesorías telefónicas y personales, y elaborado el cuestionario de evaluación final correspondiente al primer módulo de capacitación, el cual puede ser solicitado para las empresas que hayan adquirido dicho módulo⁷⁷; así también el instituto cuenta ya con 150 empresas afiliadas".⁷⁸

En este mismo informe, la licenciada Varela Ferrara destacó "que el incremento y la eficiencia de los servicios que proporcione el ICIRT, dependerán en gran medida de la colaboración y apoyo que se reciba de las empresas". A partir de lo cual, exhortó a los radiodifusores que aún no se habían inscrito, a hacerlo.

Con la licenciada Varela el Instituto funcionó como un organismo independiente de la CIRT: la coordinadora general del ICIRT reportaba directamente al presidente del Consejo Directivo de la CIRT, quien verificaba y vigilaba los trabajos del Instituto.

De igual forma, se buscó que el ICIRT fuera un orga-

⁷⁷ Más adelante, dentro de este mismo capítulo, se proporcionará información más detallada de este módulo de capacitación. Por lo pronto, sólo es importante resaltar cómo se perdió la continuidad de la evaluación del mismo módulo, debido a que fue elaborado por un equipo diferente al que posteriormente tomó la coordinación del ICIRT. De hecho ni siquiera se elaboró de manera simultánea el cuaderno de capacitación y la boleta de evaluación del mismo.

⁷⁸ "El Instituto de Capacitación de la..., Op. cit.

EL I.C.I.R.T.

nismo de servicio, autosuficiente y con fines no lucrativos, al que de manera *voluntaria*⁷⁹ las radiodifusoras concesionadas podían afiliarse mediante el llenado de la solicitud de inscripción, un cuestionario de afiliación y el pago de la cuota anual correspondiente. (Ver Cuadro 17)

Al respecto, cabe precisar que desde sus inicios el ICIRT estableció sus tarifas anuales con base en las características de las empresas del ramo: estación de radio o televisión con 10 trabajadores⁸⁰; estación de radio o televisión con más de 10 trabajadores; y empresas de servicio a radiodifusoras. Siguiendo esta jerarquización, la primera cuota anual del ICIRT fue de \$15,000.00, \$26,250.00 y \$37,500.00 pesos, para dichas empresas, respectivamente.

Tres años después -en 1989-, afectada por las condiciones de la crisis económica del país, la cuota del ICIRT se incrementó a: \$250,000.00 para las estaciones de radio y televisión hasta con 10 trabajadores; \$350,000.00 para las estaciones de radio o televisión con más de 10 trabajadores; \$450,000.00 para las empresas de servicio hasta con 10 trabajadores; y \$500,000.00 para empresas de servicio con más de 10 trabajadores.

Una vez cubiertos estos trámites -explicó la licen-

79 El subrayado es mío.

80 De acuerdo con informes de la licenciada Patricia González, actual Gerente General del ICIRT, la mayor parte de las radiodifusoras del país están consideradas como pequeñas empresas, debido a que cuentan con una planilla de menos de 10 trabajadores.

ciada Varela⁸¹- el ICIRT "registra esta información, realiza un análisis del expediente y les informa (a los concesionarios) los pasos a seguir para cubrir el aspecto legal y administrativo ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Ya completados estos trámites, se toma en cuenta la fecha en que es recibido el pago y se expide y envía el recibo de inscripción, mismo que tiene vigencia anual a partir de ese momento. En forma paralela, se verifica la situación de las empresas que están requeridas en lo relativo a la constitución, actualización, presentación y/o registro de la Comisión Mixta de Capacitación, así como los Planes y Programas.

"En caso de que la empresa tenga cubiertos dichos trámites y estén vigentes, se elaborará un escrito dirigido a la autoridad laboral, a fin de dar por asentadas y cumplidas tales disposiciones; en caso contrario, se les asesora y envían los formatos a requisitar con el propósito de que a la brevedad posible nos los remitan para realizar los ajustes y trámites respectivos ante la Secretaría del Trabajo. Concluida esta fase, giramos a la empresa en cuestión, las copias respectivas, debidamente selladas, las cuales sirven de comprobante ante cualquier inspección de alguna entidad de la propia Secretaría del Trabajo y Previsión Social"⁸²

Paralelamente a la asesoría legal en materia de capa-

⁸¹ Varela Ferrara, Felicitas, "Capacitación", en: Antena, No. 147, CIRT, México: marzo-abril de 1987, pp. 14 y 15.

⁸² *Ibidem.*, p. 15

CUADRO No. 17



CUOTAS DE INSCRIPCION

- Estación de Radio y/o Televisión, hasta con 10 trabajadores.

\$250,000.00 M.N.

- Estación de Radio y/o Televisión, de más de 10 trabajadores.

\$350,000.00 M.N.

- Empresa de servicio, hasta con 10 trabajadores.

\$450,000.00 M.N.

- Empresa de servicio, de más de 10 trabajadores.

\$500,000.00 M.N.

LA INSCRIPCION ES ANUAL Y LA CUOTA ESTA SUJETA A CAMBIO, PREVIO AVISO

INSTITUTO DE CAPACITACION DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION, A. C.

**LA AFILIACION AL ICIRT, A.C.
LE PROPORCIONA UNA:**

Atención especializada en su control y gestión de todo trámite administrativo, técnico y legal en materia de capacitación.

Cubre los servicios necesarios para obtener su:

- *Registro de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento.*
- *Registro del Plan y los Programas de Capacitación.*
- *Expedición de registro de las Constancias de Habilidades Laborales.*
- *Actualización de sus registros por vigencia y/o modificaciones.*
- *Acreditación a dictámenes y requerimientos de la autoridad laboral.*
- *Asesorías y consultas.*

**582 AFILIADOS
GARANTIZAN NUESTRO TRABAJO**



**¡SI AUN FALTA, INSCRIBASE
AHORA Y AHORRE!**

SOLICITUD DE INSCRIPCION AL I.C.I.R.T., A.C.

RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA _____

R.F.C. _____ SIGLAS _____ TELS. _____ FAX _____

DOMICILIO _____ C.P. _____

POBLACION _____ ENTIDAD FEDERATIVA _____

INDIQUE SI ES: ESTACION DE RADIO _____ TELEVISION _____ EMPRESA DE SERVICIO _____

NO. DE TRABAJADORES SINDICALIZADOS _____ NO SINDICALIZADOS _____ TOTAL _____

ACOMPÑA A ESTA SOLICITUD CHEQUE NO. _____ BANCO _____ GIRO POSTAL _____

C.D. _____ DE _____ DE 19 _____

DESPRENDA Y ENVIE JUNTO CON SU PAGO AL ICIRT, A.C. HORACIO 1013 COL. POLANCO REFORMA C.P. 11550 MEXICO, D.F.

NOMBRE Y FIRMA

EL I.C.I.R.T.

citación, el ICIRT estableció un proceso de control y seguimiento por empresa, sobre las acciones de capacitación realizadas y aquellas que se encontraran pendientes, para "definir la situación de la empresa en torno a su adhesión al Sistema y Programas Generales de Capacitación, en razón al diagnóstico general de necesidades, así como en el desarrollo del proceso de capacitación de todos y cada uno de sus trabajadores".⁸³

Asimismo, en la administración de la licenciada Varela, además de la ordenación de la estructura y del proceso de operación del Instituto, se impulsó la política de afiliación de emisoras de radio al ICIRT y la definición de los instrumentos a través de los cuales el Instituto proporcionaría capacitación a los trabajadores de este rama industrial.

En el primer caso, gracias a que el ICIRT mantuvo, en sus primeros años de vida, una estrecha relación con la presidencia de la Cámara, pudo desplegar una intensa política de afiliación de emisoras en todo el país. Una de las acciones que más ayudaron a este fin, fue la promoción de la existencia del Instituto, sus servicios y sus primeros programas de capacitación, en las reuniones regionales del Consejo Consultivo, a donde acudió la licenciada Varela Ferrara.⁸⁴

⁸³ Ibidem.

⁸⁴ "XXXVII Sesión Ordinaria del Consejo Consultivo", en: *Antena*, No. 155, CIART, México: agosto-septiembre de 1990, p. 13.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Así, en sólo tres años, el ICIRT casi cuadruplicó el número de empresas afiliadas, al pasar de 150 emisoras en 1986, a 255 en 1987 y a 582 en 1989. (Ver Cuadros 18 y 19)

En el segundo caso, para dar validez a todos sus procedimientos y acciones, el ICIRT obtuvo -en 1987- su registro como institución capacitadora: STPS-ICI-1803870013, ante la Secretaría del Trabajo.

Como complemento de este trabajo, se elaboró la Cartilla de Capacitación -Cuadro 20- por cada trabajador "en la que se registra su avance y los resultados de las evaluaciones de cada uno de nuestros módulos de capacitación, así como de aquellos otros eventos que lo apoyen, complementen y/o especialicen".⁸⁵

Se expidió, también, la Boleta de Evaluación -Cuadro 21- para asentar la calificación final de cada evento de capacitación en el que haya participado cada trabajador, a quien posteriormente se le entregan "para que tenga éste así como la empresa en que se desempeña, la información exacta de su avance y le sirva a ésta última para comprobar y demostrar ante cualquier inspección en la materia por las autoridades laborales, el cumplimiento y desarrollo de la capacitación de sus trabajadores".⁸⁶

Y, de igual forma, se promovió la ratificación de la autorización y el registro de los Sistemas Generales de

⁸⁵ "Capacitación ICIRT, A.C.", en: *Antena*, No. 149, CIAT, México: enero-febrero de 1988, p. 35.

⁸⁶ *Ibidem.*, p. 34.

CUADRO No. 18

ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISION AFILIADAS AL ICIRT EN 1987			
	RADIO	TV	TOTAL
Baja California	18	0	18
Campeche	1	0	1
Coahuila	30	1	31
Colima	1	0	1
Chiapas	1	0	1
Chihuahua	4	0	4
Distrito Federal	14	0	14
Durango	3	0	3
Guanajuato	16	0	16
Guerrero	5	0	5
Hidalgo	4	0	4
Jalisco	2	0	2
Estado de México	4	0	4
Michoacán	8	0	8
Morelos	2	0	2
Nayarit	2	0	2
Nuevo León	7	0	7
Oaxaca	2	0	2
Puebla	3	0	3
Querétaro	3	0	3
Quintana Roo	1	0	1
San Luis Potosí	36	0	36
Sinaloa	10	0	10
Sonora	11	0	11
Tabasco	3	1	4
Tamaulipas	10	0	10
Tlaxcala	1	0	1
Veracruz	15	0	15
Yucatán	8	1	9
Zacatecas	1	0	1
	226	3	229

Fuente: *Antena*, No. 147, CIRT, México: marzo-abril de 1987, p. 15.

CUADRO No. 19

EMPRESAS DE SERVICIO AFILIADAS AL ICIRT EN 1987

- * Televisora Regional de Coahuila, S.A. de C.V.
- * Radio Comunicación Humana, S.A.
- * Grupo ACIR, S.A.
- * Grupo ACIR Nacional, S.A.
- * Sociedad Nacional de Radio, S.A.
- * SONAR, S.A.
- * CAFIL, S.A.
- * FILCABA, S.A.
- * Inmobiliaria FRIBA, S.A.
- * Radiodifusoras Asociadas, S.A.
- * Servicios Integrales para Radiodifusión, S.A.
- * Frecuencia Modulada Mexicana, S.A. de C.V.
- * Grupo RAPROMEX, S.A. de C.V.
- * Corporación Administrativa RAPROMEX, S.A. de C.V.
- * Promotora de Radio, S.A.
- * Grupo ACIR León, S.A.
- * Grupo ACIR Irapuato, S.A. de C.V.
- * Radio Grupo Antonio Contreras H., S.A.
- * Contreras y Asociados, S.C.
- * Grupo ACIR Guadalajara, S.A.
- * Radio Ventas de Occidente, S.A.
- * Sistema Radio Juventud, S.A.
- * Grupo ACIR Oaxaca, S.A.
- * Grupo ACIR San Luis Potosí, S.A.
- * Distribuidora y Promotora del Pacífico, S.A.
- * Grupo ACIR Coahuila, S.A.

Fuente: *Antena*, No. 147, CIRT, México: marzo-abril de 1987, p. 15.

CUADRO No. 21



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.
HEI1 51PS-ICI-1803870013

BOLETA DE EVALUACION

NOMBRE _____

RFC. _____ PUESTO _____

EMPRESA _____ ENT. FED. _____

MODULO/EVENTO _____ M. FOLIO _____

EVALUACION FOLIO _____ FECHA _____ RESULTADO _____

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICION

COORDINADOR GENERAL

EL I.C.I.R.T.

Capacitación de la Industria de Radio y Televisión, ante las autoridades de la Secretaría del Trabajo, para que el ICIRT pudiera utilizarlos, en sus funciones capacitadoras, como propios.

En los primeros años de la década de los noventa, con el licenciado César Hernández Espejo, como director general, el ICIRT vivió una etapa de transición, la cual, entre otras cosas, permitió la salida de la licenciada Felicitas Varela y la llegada de la licenciada Patricia González Villanueva al frente del Instituto.

Durante ese mismo tiempo, además, luego de más de cuatro años de que el ICIRT funcionara como una entidad independiente de la Cámara, el licenciado Hernández Espejo impulsó una reforma estructural, a través de la cual el ICIRT integró su personal al de la Cámara, empezó a reportar a la Gerencia General de la misma y perdió el contacto directo con el Consejo Directivo y con el presidente de la CIRT. Es decir, la Gerencia del ICIRT pasó a ser una gerencia más de la Cámara, quedando a las órdenes del Gerente General.

¿El objetivo? "Poderle dar (al ICIRT) una mejor organización. Sobre todo, porque de esta manera, pegado muy a Cámara, permite que todas las actividades sean muy coherentes con las necesidades de la industria; porque si no, se estaba manejando casi como un negocio particular".⁸⁷

⁸⁷ Información proporcionada por Patricia González, actual Gerente General del ICIRT, el 18 de febrero de 1994.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En cuanto a su funcionamiento, el ICIRT conservó las mismas condiciones de operación que se determinaron desde su nacimiento, con la licenciada Varela Ferrara. Aunque, de acuerdo con declaraciones de la licenciada Pilar Mendoza, Coordinadora de Control y Gestión del ICIRT en 1991, en esos momentos el Instituto sólo desempeñaba funciones de asesoría para apoyar a las empresas a cumplir con el mero requisito legal de capacitación.⁸⁸

A partir de esta información, es posible concluir que durante los primeros años de vida del ICIRT, éste no pudo menos que cumplir con las funciones de asesor legal de sus empresas afiliadas. Tal parece, por lo menos hasta los dos primeros de 1990, que el Instituto no logró constituirse en la instancia real de capacitación de los recursos humanos de las emisoras de radio y televisión concesionadas, tal como se lo había propuesto en los objetivos que le dieron origen.

Esta afirmación está reforzada, además, por lo expresado por la licenciada Patricia González Villanueva⁸⁹, Gerente General del ICIRT desde el 16 de marzo de 1992 a la fecha, acerca de los principales problemas que ha teni-

⁸⁸ Datos proporcionados por la licenciada Pilar Mendoza, en entrevista realizada en septiembre de 1991.

⁸⁹ Patricia González es Psicóloga, egresada de la ENEP Iztacala de la Universidad Nacional Autónoma de México. Se inició en el campo de la capacitación en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, en 1984, cuando se dieron las reformas a los criterios reguladores de esta materia. Participó en el desarrollo y la definición de conceptos del "Programa Nacional de Capacitación y Productividad 1984-1988" y en el programa CIMO. En la iniciativa privada, antes de llegar a la industria de la radiodifusión, fue consultora del Banco Mundial en un programa de apoyo a la micro y pequeña empresa para el desarrollo de la capacitación y la productividad.

EL I.C.I.R.T.

do que enfrentar su administración para poder continuar con las actividades de capacitación del Instituto.

Al respecto, la licenciada González Villanueva manifestó que, como resultado del trabajo de las administraciones anteriores, su equipo tuvo que salvar tres grandes obstáculos: "primero, sacar del bache económico al Instituto -estaba muy endrogado con la Cámara-; segundo, elaborar programas y cursos; y, después, promoverlos"⁹⁰. Es decir, el ICIRT no sólo no había alcanzado la autosuficiencia económica, sino que además hacia tiempo que había estado trabajando en números rojos, a base de préstamos monetarios que la CIRT le había concedido para evitar su desaparición.

Los programas específicos para cada puesto de trabajo de la industria, establecidos en los Sistemas Generales de Capacitación, no habían sido ni elaborados, ni impartidos. "Nuestro primer tronadero de dedos -expresó al respecto Patricia González- fue decir *qué les vamos a dar*. Estaban los módulos del tronco común en libros y en papel los programas específicos, pero desafortunadamente, entre el papel y darlos estaba muy difícil. Entonces fue desde elaborar manuales y decidir por dónde empezar, por cuál programa iniciar".

Y, como resultado de ello, el Instituto había perdido credibilidad ante los empresarios de la radio. "Uno de los

⁹⁰ Entrevista, 18 de febrero de 1994.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

problemas más grandes -enfaticó la actual gerente del ICIRT- fue la poca credibilidad de la gente en un instituto que surgió desde 1986 y que hasta el 92, de repente decía *ahora sí*. Rescatar a todos los clientes fue mucho trabajo, mucho, mucho trabajo y convencer a la gente de que se estaba trabajando en serio. Es más difícil ganarse a un cliente que se perdió por falta de servicio que hacer uno nuevo".

Ante estas circunstancias, la propuesta de la licenciada González Villanueva fue muy clara: transformar al ICIRT en un organismo de servicio y consolidarlo como el instituto de capacitación de la industria de la radio y la televisión.

Para alcanzar esos fines, introdujo modificaciones internas y reforzó políticas externas del ICIRT.

Como parte de los cambios internos, la actual administración del Instituto estableció la recomposición estructural del ICIRT, el cual hoy está integrado por la Gerencia General y dos áreas de coordinación: la de programas y la administrativa. La Coordinación de Programas elabora, conjuntamente con expertos, los programas de capacitación y verifica la logística de la organización de los eventos y la promoción de los cursos. Y la Coordinación Administrativa se encarga, por un lado, de la promoción y la afiliación de las empresas al Instituto y, por el otro, de la labor contable y administrativa del mismo: emisión y cobrado de facturas,

EL I.C.I.R.T.

registro de trámites ante la STPS y control de las empresas afiliadas.

Asimismo, estimuló la motivación hacia el trabajo y promovió un verdadero espíritu de servicio entre su personal, integrado, a la fecha, por ocho miembros:

"Actualmente nosotros estamos cubriendo ya nuestros gastos, ya pagamos nuestra propia nómina. Parece empresita, aquí todavía nos preocupamos cuando llega la quincena y no ha entrado suficiente dinero. Y eso es muy bueno, porque crea una motivación en la empresa. Yo he escuchado a muchos expositores que hablan sobre productividad y el trabajo en equipo, y mucha gente maneja el hecho de que más que como una pirámide, se debe manejar un nivel horizontal dentro de las empresas. Aquí todo mundo se compromete, al principio fue difícil porque la gente no estaba muy acostumbrada a tomar decisiones. Pero hoy como que todo mundo se ha puesto la camiseta. Tengo un muy buen equipo de trabajo, toda la gente es muy profesional y muy comprometida. Cada quien tiene responsabilidades muy claras y, además, las han adquirido con toda la madurez que se merece el asunto. Incluso, esto se refleja en la forma en que trabajamos: de los 32 estados de la República, cada quien es titular de uno. Y lo mismo les hablamos para invitarlos, para asesorarlos sobre los trámites que les faltan, para cobrarles, para avisarles si tenemos algo especial para ellos.

"Aquí todos ya nos hemos hecho conscientes de que es

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

muy molesto para cualquier gente hablar y que le digan: *sabe qué, que no sé*. Porque simplemente, para que el señor se haya decidido a marcar el teléfono, ya no lo va a volver a hacer. Entonces, hay que darle de inmediato la respuesta y nos va a volver a llamar porque sabe que siempre va a haber respuesta a su pregunta. Todos los casos se resuelven el mismo día. Antes no era así. Todo esto es lo que nos está favoreciendo, porque es lo que la gente busca", aseguró Patricia González al hablar de la nueva forma en que trabaja el ICIRT.

En cuanto a la política externa del Instituto hacia las emisoras afiliadas, y con respecto a la continuidad en el proceso de capacitación de sus trabajadores, la administración actual ha reforzado la política de afiliación de radiodifusoras, a través de llamadas telefónicas y visitas personales a las emisoras y cadenas del Distrito Federal⁹¹; mediante la participación del personal del ICIRT en eventos de carácter nacional, como la Semana Nacional de Radio y Televisión; y, en el interior de la República, por medio de la promoción de los cursos con los presidentes delegacionales, a quienes se les hace llegar, periódicamente, información de cursos y seminarios.

En este sentido, también se cuenta con el apoyo del Consejo Consultivo, "que ha sido un promotor importante y valioso de los proyectos que están listos para llevar a

⁹¹ Actualmente 49 empresas, de radio, televisión y de servicios a la industria, en el Distrito Federal están afiliadas al ICIRT.

EL I.C.I.R.T.

las diferentes regiones en que está dividida la República Mexicana por la CIRT, para impartir los cursos y seminarios que elabora el Instituto", explicó Patricia González en Guaymas, Sonora, durante la Sesión Ordinaria del Consejo Consultivo, en agosto de 1993.⁹²

Y, de la misma manera, la actual administración del ICIRT ha buscado mejorar los programas, cursos y seminarios de capacitación que se han venido elaborando desde 1992.

C) LOS PROGRAMAS DE CAPACITACION.

Los primeros programas de capacitación para los trabajadores de la industria de la radiodifusión, fueron los que diseñó -en 1984- el Comité Nacional de Capacitación y Adiestramiento de esta industria como Sistemas Generales de Capacitación o, lo que es lo mismo, el conjunto de planes y programas de capacitación y adiestramiento para una rama industrial o actividad económica determinada.

Estos Sistemas Generales, como ya se mencionó, quedaron registrados ante la Secretaría del Trabajo en diciembre del mismo año. El Sistema General de Radio quedó integrado por 11 Programas Generales orientados a propor-

⁹² "El ICIRT fomenta una cultura de Capacitación", en: *Antena*, No. 171, CIRT, México: agosto de 1993.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

cionar capacitación sólo a los trabajadores sindicalizados de la radio, a través de la instrucción programada -metodología didáctica de autoaprendizaje-, de manera similar como ocurre en la educación abierta.

Los 11 Programas Generales -dirigidos a 11 puestos de trabajo de la industria- estuvieron, a su vez, integrados por módulos o "unidades que contienen los conocimientos requeridos para capacitar al trabajador en alguna de las operaciones o tareas que realiza en su puesto de trabajo"⁹³. Para cada uno de esos módulos la CIRT tenía que elaborar textos programados, los cuales serían estudiados y resueltos por cada trabajador bajo la vigilancia y asesoría de su Comisión Mixta.

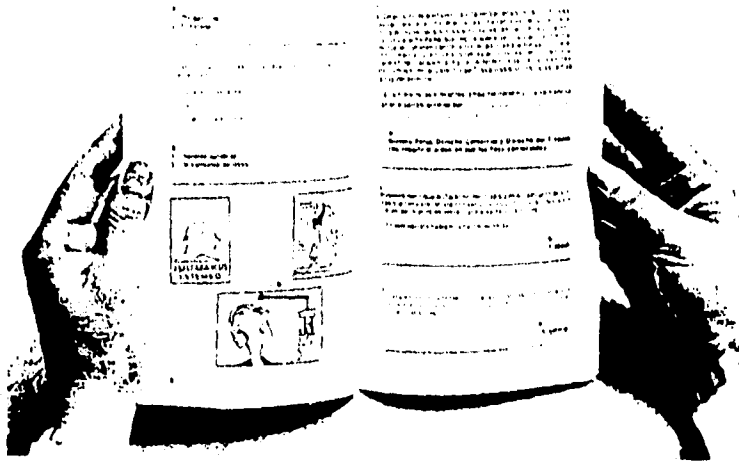
En este caso, la CIRT informó a los concesionarios que sólo expediría las Constancias de Habilidades Laborales a cada uno de sus trabajadores, después de que hubieran acreditado el total de los exámenes correspondientes a los módulos de sus Programas Generales.

Un año después -en 1985- fue elaborado el primer texto programado, con carácter de introductorio, al que se tituló "*Interpretación y Aplicación de la Ley Federal del Trabajo y del Contrato-Ley*"⁹⁴ -Ver Cuadro 22-, el cual ver-

⁹³ Aviña Ayala, Luis, "Y de capacitación... ¿qué tanto sabe usted, señor radiodifusor?", en: *Antena*, CIRT, México: enero-febrero de 1985, p. 17.

⁹⁴ Este cuaderno fue realizado cuando todavía la Asesoría Jurídica de la Cámara era la encargada de llevar el control del proceso de capacitación en la industria radiofónica. Hoy, dentro de los programas del ICIRT, de acuerdo con informes proporcionados por la actual gerente, este cuaderno tiene el número "cero", porque nació cuando aún no existía el ICIRT.

CUADRO No. 22



YA ESTA A LA VENTA EL PRIMERO DE LA
SERIE

LA SERIE DE CUADERNOS DE
CAPACITACION. YA SE INICIO Y EL PRIMER

EJEMPLAR YA ESTA A LA VENTA.

SOLAMENTE PUEDE ADQUIRIRLO
EN LAS OFICINAS
DE NUESTRA CAMARA
HORACIO 1013, COL. POLANCO, DF/DFG. MIGUEL
HIDALGO, C.P. 11550, TELEFONO: 250-25-77.
HORARIO: DE 8:00 A 2:00 DE 3:00 A 5:00

PRECIO DEL EJEMPLAR \$ 700.00 M.N.



LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

só sobre el marco legal, donde se concibe a la capacitación como un derecho del trabajador y una obligación patronal.

Sin embargo, antes de que se pudiera pasar al diseño de los módulos específicos de capacitación, nació el ICIRT -en 1986-, el cual, durante la administración de la licenciada Felicitas Varela, promovió -en 1987- ante las autoridades laborales la ratificación de los planes y programas de los Sistemas Generales de Capacitación para Radio y Televisión, luego de una revisión que introdujo algunas modificaciones en dichos sistemas, como la extensión de la capacitación a los empleados no sindicalizados, es decir, de confianza.

A partir de esta reestructuración, el Sistema General de Capacitación para Radio fue concebido como la "estrategia global, planificada y organizada del *qué hacer* en cuanto a la capacitación de nuestra industria, y como la opción idónea para la consecución de tales propósitos por las distintas empresas que la integran, mediante su adhesión al mismo, conforme a sus necesidades específicas, lo que a su vez, simplifica y reedita las acciones y esfuerzos particulares en un bienestar común".⁹⁵

Con ese fin, el Sistema General para Radio fue dividido en tres grandes áreas ocupacionales: Producción, Servicios Técnicos y Administrativa. (Ver Cuadro 23)

⁹⁵ Sistema General de Capacitación de la Industria de Radio. CIRT, México: 1987, Presentación.

CUADRO No. 23

SISTEMA GENERAL DE CAPACITACION DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO	
AREA: PUESTO: MODULOS:	Producción Locutor 1. <u>Tronco común</u> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación de la empresa radiofónica. 2. <u>Específicos</u> * Locución. * El locutor en la radio.
AREA: PUESTO: MODULOS:	Producción Relator de Noticias 1. <u>Tronco común</u> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación de la empresa radiofónica. 2. <u>Específicos</u> * Locución. * La emisión de noticias en la radio.
AREA: PUESTO: MODULOS:	Producción Reportero 1. <u>Tronco común</u> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación de la empresa radiofónica. 2. <u>Específicos</u> * Locución. * La emisión de noticias en la radio. * La radio en su proyección periodística. * Educación vial.
AREA: PUESTO: MODULOS:	Producción Cronista 1. <u>Tronco común</u> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación de la empresa radiofónica. 2. <u>Específicos</u> * Locución. * La crónica en la radio.

AREA: Producción PUESTO: Narrador MODULOS:	1. Tronco común <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación de la empresa radiofónica. 2. Específicos <ul style="list-style-type: none"> * Locución. * La narrativa en la radio.
AREA: Producción PUESTO: Animador MODULOS:	1. Tronco común <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación de la empresa radiofónica. 2. Específicos <ul style="list-style-type: none"> * Locución. * La animación en radio.
AREA: Producción PUESTO: Operador de consola MODULOS:	1. Tronco común <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación de la empresa radiofónica. 2. Específicos <ul style="list-style-type: none"> * Bases técnicas para la transmisión y grabación radiofónica. * Manual de operaciones del operador de consola.
AREA: Producción PUESTO: Operador grabador MODULOS:	1. Tronco común <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación de la empresa radiofónica. 2. Específicos <ul style="list-style-type: none"> * Bases técnicas para la transmisión y grabación radiofónica. * Manual de operaciones del operador grabador.

AREA: Producción PUESTO: Programador MODULOS:	1. Tronco común <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación de la empresa radiofónica. 2. Específicos <ul style="list-style-type: none"> * La programación en radio. * La informática en la programación artística y comercial de la radio. * Publicidad y elementos básicos de mercadotecnia.
AREA: Producción PUESTO: Continuidista MODULOS:	1. Tronco común <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación en la empresa radiofónica. 2. Específicos <ul style="list-style-type: none"> * La carta de continuidad en la radio. * La computación en los sistemas de programación y continuidad de la transmisión radiofónica.
AREA: Servicios Técnicos PUESTO: Operador de planta transmisora MODULOS:	1. Tronco común <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación en la empresa radiofónica. 2. Específicos <ul style="list-style-type: none"> * Bases técnicas y normativas para el funcionamiento de plantas transmisoras. * Operación de planta transmisora.
AREA: Servicios Técnicos PUESTO: Oficial de mantenimiento MODULOS:	1. Tronco común <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación en la empresa radiofónica. 2. Específicos <ul style="list-style-type: none"> * Mantenimiento industrial. * El mantenimiento en una estación radiodifusora.

AREA: Servicios Técnicos
PUESTO: Vigilante de planta
MODULOS:

1. Tronco común

- * Capacitación para el aprendizaje.
- * Relaciones Humanas en la empresa.
- * Seguridad e Higiene en el trabajo.
- * Productividad en el trabajo.
- * La industria de la radiodifusión.
- * Operación en la empresa radiofónica.

2. Específicos

- * Sistemas de seguridad y control.
- * Aspectos básicos del funcionamiento y operación de la planta transmisora.

AREA: Administrativa
PUESTO: Gerente General
MODULOS:

1. Tronco común

- * Capacitación para el aprendizaje.
- * Relaciones Humanas en la empresa.
- * Seguridad e Higiene en el trabajo.
- * Productividad en el trabajo.
- * La industria de la radiodifusión.
- * Operación en la empresa radiofónica.

2. Específicos

- * Administración gerencial.
- * Liderazgo.
- * Supervisión.

AREA: Administrativa
PUESTO: Secretaria
MODULOS:

1. Tronco común

- * Capacitación para el aprendizaje.
- * Relaciones Humanas en la empresa.
- * Seguridad e Higiene en el trabajo.
- * Productividad en el trabajo.
- * La industria de la radiodifusión.
- * Operación en la empresa radiofónica.

2. Específicos

- * Normas y procedimientos de atención al público.
- * Técnicas y funcionamiento secretarial.

AREA: Administrativa
PUESTO: Recepcionista
MODULOS:

1. Tronco común

- * Capacitación para el aprendizaje.
- * Relaciones Humanas en la empresa.
- * Seguridad e Higiene en el trabajo.
- * Productividad en el trabajo.
- * La industria de la radiodifusión.
- * Operación en la empresa radiofónica.

2. Específicos

- * Normas y procedimientos de atención al público.
- * Apoyo secretarial.

<p>AREA: Administrativa PUESTO: Telefonista MODULOS:</p>	<p>1. <u>Tronco común</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación en la empresa radiofónica. <p>2. <u>Específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Normas y procedimientos de atención al público. * Funcionamiento y operación de sistemas de comunicación telefónica.
<p>AREA: Administrativa PUESTO: Oficinista MODULOS:</p>	<p>1. <u>Tronco común</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación en la empresa radiofónica. <p>2. <u>Específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Apoyo administrativo.
<p>AREA: Administrativa PUESTO: Cobrador MODULOS:</p>	<p>1. <u>Tronco común</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación en la empresa radiofónica. <p>2. <u>Específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Bases aritméticas. * Recaudación de pagos. * Educación vial.
<p>AREA: Administrativa PUESTO: Velador MODULOS:</p>	<p>1. <u>Tronco común</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación en la empresa radiofónica. <p>2. <u>Específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Sistemas de seguridad y control.

<p>AREA: Administrativa PUESTO: Misceláneo MODULOS:</p> <p>1. <u>Tronco común</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación en la empresa radiofónica. <p>2. <u>Específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Bases aritméticas. * Funciones del misceláneo.
<p>AREA: Administrativa PUESTO: Mozo MODULOS:</p> <p>1. <u>Tronco común</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Capacitación para el aprendizaje. * Relaciones Humanas en la empresa. * Seguridad e Higiene en el trabajo. * Productividad en el trabajo. * La industria de la radiodifusión. * Operación en la empresa radiofónica. <p>2. <u>Específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Técnicas de aseo y limpieza.

Fuente: *Antena*, No. 149, CIRT, México: enero-febrero de 1988, p. 34
y *Sistema General de Capacitación de la Industria de Radio*.
CIRT, México: 1987.

EL I.C.I.R.T.

El Area de Producción fue definida como la encargada de coordinar los recursos técnicos y humanos requeridos para operar, elaborar, grabar y transmitir material auditivo, así como planear y controlar la programación y continuidad de la emisión. Por ello, en esta área ocupacional quedaron incluidos 10 puestos de trabajo: Locutor, Relator de Noticias, Reportero, Cronista, Narrador, Animador, Operador de Consola, Operador Grabador, Programador y Continuista.

En el Area de Servicios Técnicos fueron considerados 3 puestos de trabajo: Operador de planta transmisora, Oficial de mantenimiento y Vigilante de planta, responsables de operar el equipo y la maquinaria de la planta transmisora, asegurando la permanencia y modulación de la señal al aire; así como de coordinar, supervisar y proporcionar el mantenimiento preventivo y correctivo para su óptimo funcionamiento.

En tanto, como producto de la revisión señalada, el Area Administrativa fue integrada con 9 puestos de trabajo, con personal sindicalizado y de confianza: Gerente General, Secretaria, Recepcionista, Telefonista, Oficinista, Cobrador, Velador, Misceláneo y Mozo, quienes de acuerdo con el Sistema General, tienen a su cargo la planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos, materiales y financieros para el buen funcionamiento de la estación radiodifusora.

Para el total de estos 22 puestos de trabajo -pre-

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

sentos en la mayor parte de las radiodifusoras- se establecieron 40 módulos de capacitación, de los cuales 6 formaron parte del tronco común: "*Capacitación para el Aprendizaje*", "*Relaciones Humanas en la Empresa*", "*Seguridad e Higiene en el Trabajo*", "*Productividad en el Trabajo*", "*La Industria de la Radiodifusión*" y "*Operación de la Empresa Radiodifusora*", dirigidos a todo el personal de la industria.

De mayo a octubre de 1987, quedaron terminados los cuadernos de capacitación de estos seis módulos (Ver Cuadros 24, 25 y 26). En ellos, por acuerdo de los miembros del Comité Nacional, se utilizó la instrucción programada porque a través de ésta se pretendió "satisfacer las diversas necesidades de los trabajadores -al fomentar las técnicas de autoaprendizaje- y de los patrones -al no distraer a sus trabajadores de sus obligaciones laborales- de la radio y la televisión".⁹⁶

Asimismo, por medio de esta metodología se buscó "operar las acciones de capacitación apoyados en la PARTICIPACION ACTIVA DE LOS RECURSOS HUMANOS de la empresa y fomentar ésta, con la motivación al estudio y al autoaprendizaje de cada trabajador, según su ritmo, posibilidades y deseos de desarrollo y superación, así como los de la empresa, en virtud de ser en conjunto una unidad económica, eficiente y productiva"⁹⁷

⁹⁶ Módulo Capacitación para el Aprendizaje. CIRT, México: mayo de 1987, 1ª edición, p. 3.

⁹⁷ *Ibidem.*, p. 4.

CUADRO No. 24

GOBIERNO DE CALABAYAN

MODULO
CAPACITACION
PARA EL
APRENDIZAJE



'RELACIONES HUMANAS EN LA EMPRESA'



OBJETIVO

Determinar la importancia de las **RELACIONES HUMANAS** en el ámbito laboral y personal.

DIRIGIDO A

Todo el personal que labora en **ADICCIÓN INVESTIGACIÓN**.

CONTENIDO

Explica que son las **RELACIONES HUMANAS**, sus principios y elementos, describiendo la comunicación y trabajo en equipo, así como la importancia y papel que juegan en el ámbito laboral y personal como **LA SUPERACIÓN PERSONAL**.

Hace énfasis en el positivo cambio de actitud, establecimiento de metas y su relación importante con la **EMPRESA Y EN LO PERSONAL**.

CUADRO No. 25

“SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO”

OBJETIVO:

Identificar el papel de la **SEGURIDAD E HIGIENE** en el trabajo y aplicar las normas y medidas para prevenir riesgos de trabajo.

DIRIGIDO A:

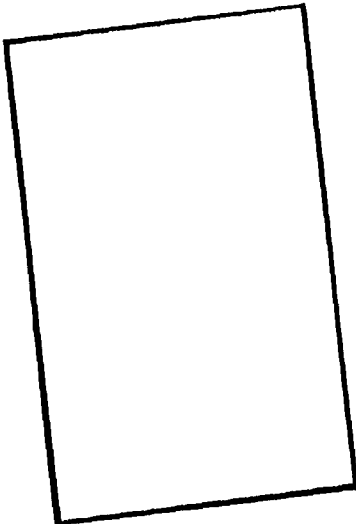
Todo el personal que labora en **RADIO Y TELEVISION.**

CONTENIDO:

Refiere los aspectos más importantes de la **SEGURIDAD E HIGIENE** en el trabajo; sus conceptos, fundamentos y disposiciones legales y normativas.

Describe que es la **COMISION MIXTA DE SEGURIDAD E HIGIENE**, su organización y funciones, asimismo indica que son los riesgos de trabajo, su prevención; cómo y cuándo proporcionar los primeros auxilios y la opción de medidas para evitar accidentes de trabajo en la empresa radiodifusora, **REFORZANDO SU APRENDIZAJE** con diversas ilustraciones.

Por último se estudia el tema de protección civil y las medidas de **SEGURIDAD** que se deben realizar en casos de desastre, tales como temblor, huracán, etc.



“PRODUCTIVIDAD EN EL TRABAJO”

OBJETIVO:

Aplicar las técnicas y procedimientos adecuados para obtener mayor eficiencia e incrementar la **PRODUCTIVIDAD EN EL AMBITO LABORAL**, identificando los beneficios individuales, grupales y sociales de ésta.

DIRIGIDO A:

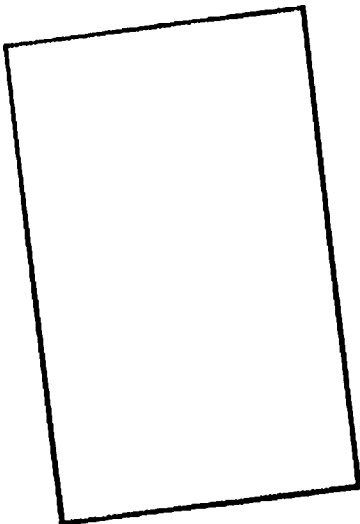
Todo el personal que labora en la **INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION**.

CONTENIDO:

Define que es la **PRODUCTIVIDAD**, el trabajo, la división de éste y la importancia de su organización eficiente.

Señala la relevancia del tiempo como factor de incremento productivo, e indica los pasos a seguir en su proceso de distribución y control, así como los recursos con los que cuenta **LA EMPRESA** y la importancia de su uso y aprovechamiento.

Por último, enfatiza la trascendencia del grupo de trabajo y cómo con la conjugación y correcta aplicación de los recursos, procedimientos de trabajo, etc. **SE OBTIENE UNA MAYOR EFICIENCIA Y REPERCUTE EN EL INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD.**



CUADRO No. 26

“LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSION”

OBJETIVO:

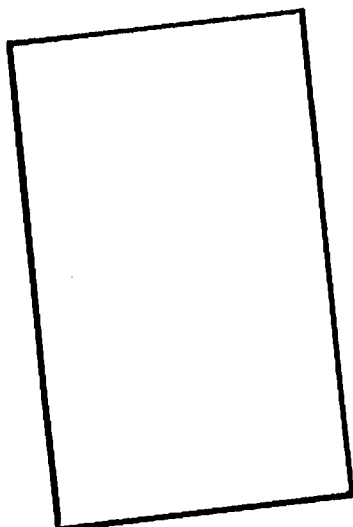
Explicar la trascendencia de la **INDUSTRIA RADIODIFUSORA** en México analizando los fundamentos legales y normativos de la radio y televisión. Así como sus características y organización.

DIRIGIDO A:

Todo el personal que labora en **RADIO Y TELEVISION.**

CONTENIDO:

Este módulo sirve de inducción para que los trabajadores que laboran en esta industria conozcan cómo se desarrolló la **RADIO Y LA TELEVISION A NIVEL MUNDIAL Y EN MEXICO**, identifica el concepto y objetivos de la radiodifusión, las instancias por sectores con que cuenta esta industria, además de los fundamentos legales y normativos establecidos en **LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION Y EL CONTRATO LEY**. Ya que presenta una reseña histórica de la radiodifusión; describe el momento **ACTUAL DE LA INDUSTRIA EN MEXICO**, su organización y perspectivas. Y concluye con los fundamentos que la regulan.



CUADRO No. 26

“LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSION”

OBJETIVO:

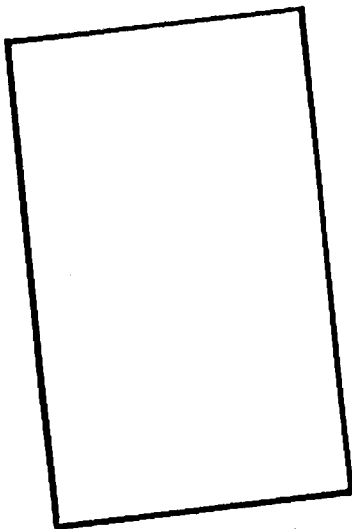
Explicar la trascendencia de la INDUSTRIA RADIODIFUSORA en México analizando los fundamentos legales y normativos de la radio y televisión. Así como sus características y organización.

DIRIGIDO A:

Todo el personal que labora en RADIO Y TELEVISION.

CONTENIDO:

Este módulo sirve de inducción para que los trabajadores que laboran en esta industria conozcan cómo se desarrolló la RADIO Y LA TELEVISION A NIVEL MUNDIAL Y EN MEXICO, identifica el concepto y objetivos de la radiodifusión, las instancias por sectores con que cuenta esta industria, además de los fundamentos legales y normativos establecidos en LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION Y EL CONTRATO LEY. Ya que presenta una reseña histórica de la radiodifusión; describe el momento ACTUAL DE LA INDUSTRIA EN MEXICO, su organización y perspectivas. Y concluye con los fundamentos que la regulan.



“OPERACION DE LA EMPRESA RADIODIFUSORA”

OBJETIVO:

Aportar elementos generales de inducción, que permitan al trabajador precisar donde se encuentra laborando, cuál es la **IMPORTANCIA DE SU TRABAJO E INTEGRACION A LA EMPRESA** para la consecución de los objetivos comunes, atendiendo a las responsabilidades y trascendencia de su trabajo en particular y de su empresa en general.

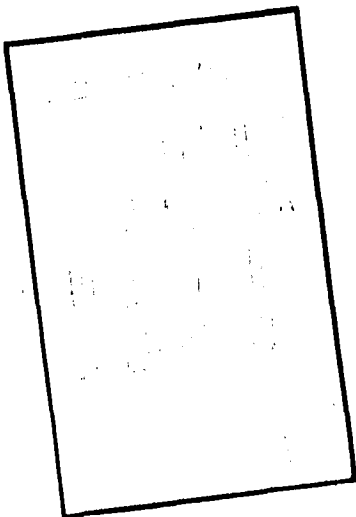
DIRIGIDO A:

Todo el personal que labora en **RADIO Y TELEVISION.**

CONTENIDO:

A lo largo de este módulo, el trabajador identificará las áreas que conforman a la empresa, las tareas, **OPERACIONES Y RESPONSABILIDADES** que tiene de manera individual y grupal, señalando los aspectos relacionados con los propósitos, objetivos, estructura y funcionamiento de la empresa de **RADIO Y TELEVISION.**

Concientizando que su buen **DESEMPEÑO PERSONAL Y EL DEL GRUPO DE TRABAJO EN EL QUE SE ENCUENTRA**, resaltarán positivamente la correcta operación e imagen que se tenga de la estación y fuente de trabajo. Así como su regulación e importancia a través del reglamento interior de trabajo.



EL I.C.I.R.T.

La estructura de los 6 cuadernos de capacitación -Ver Cuadro 27- está integrada por:

- Los objetivos específicos a alcanzar en cada tema por el capacitando.
- Una guía de estudio, cuya función es permitir al capacitando determinar los conocimientos que tiene sobre el tema antes de empezar a estudiarlo, así como señalarle los aspectos fundamentales a considerar en su estudio.
- La definición y explicación de cada uno de los conceptos, técnicas y procedimientos que el capacitando aprenderá a utilizar, dándose ejemplos e insertándose ilustraciones para facilitar su comprensión.
- Ejercicios, preguntas de diferentes tipos, esquemas y casos, proporcionándose información sobre los resultados en la lista de retroalimentación que aparece al final del cuaderno.
- Indicaciones de lo que el capacitando debe hacer a lo largo de cada tema: LEER, ESTUDIAR, COMPLETAR, CONTESTAR, MARCAR, DIBUJAR, etc.
- Una autoevaluación con la retroalimentación correspondiente, que sirve como auxiliar para que el capacitando decida si estudia nuevamente el tema o si continua con el siguiente. Para ello, resulta también útil comparar los resultados de la autoevaluación con los obtenidos en la guía de estudio y los objetivos del tema, ya que de esta manera se tendrá información más exacta sobre lo que realmente se aprendió.
- Y una Lista de Ideas Claves a recordar sobre el tema; otra de Bibliografía Complementaria que facilitará el repaso y la preparación del capacitando para contestar la Evaluación Final, y un Cuestionario de Opinión, en el que

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

se plasmarán las dudas, sugerencias y opiniones del trabajador para mejorar el cuaderno de capacitación.

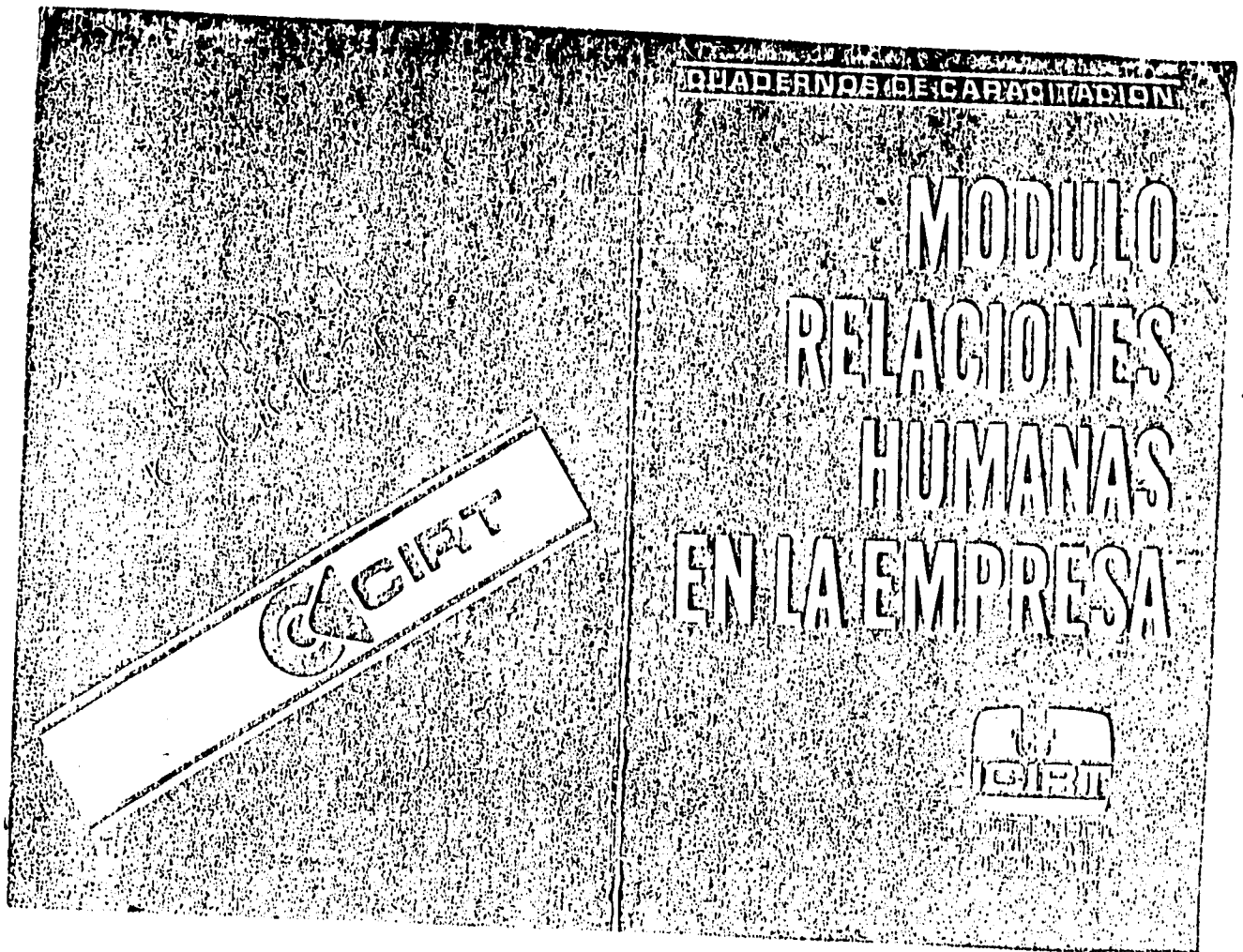
La Evaluación Final y el Cuestionario de Opinión son desprendibles para que puedan ser enviados al ICIRT, donde se codifican los resultados a fin de dar seguimiento y control a la capacitación y evaluación correspondiente que, al mismo tiempo, permite ir relacionando los avances del trabajador y el grado de cumplimiento de los planes y programas de capacitación de la industria, para efectos de la extensión y requisito de las Constancias de Habilidades Laborales.

Cada uno de los cuadernos del tronco común tuvo un costo diferente y extra con respecto a la cuota anual de inscripción al ICIRT. No obstante, su éxito dentro de la industria fue relativo.

Los bajos niveles de educación, la falta de hábito por la lectura y la apatía de los propios trabajadores, empresarios y representantes sindicales por aprovechar el material didáctico no sólo como una vía para cumplir con un requisito legal, sino como una real oportunidad de aumentar el nivel de preparación de los trabajadores de esta industria, fueron, entre otros, los principales elementos que determinaron ese éxito parcial.

Así, fue en este momento en el que la Coordinación General del ICIRT decidió cambiar el rumbo de sus planes. En lugar de llevar a la práctica los módulos específicos

CUADRO No. 27



PRINCIPIOS DE LAS RELACIONES HUMANAS

OBJETIVOS

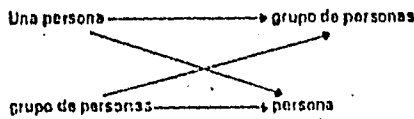
AL TERMINO DEL TEMA:

- Mencionarás el concepto y elementos que intervienen en las Relaciones Humanas.
- Explicarás los factores que determinan cómo se dan las Relaciones Humanas.
- Describirás los tipos principales de Relaciones Humanas.
- Identificarás en ejercicios los tipos de Relaciones Humanas.
- Enunciarás la importancia de que existan Relaciones Humanas favorables en tu ámbito de trabajo.

LEE CUIDADOSAMENTE

Las Relaciones Humanas son el trato adecuado que tiene el hombre con una persona o grupo de personas, ya sean familiares, amigos, compañeros de trabajo o de diversiones, lo cual facilita la convivencia humana.

OBSERVA EL SIGUIENTE ESQUEMA



Por lo tanto, la convivencia en la hora del café con los amigos, el día de campo con la familia, hacer un trabajo con los compañeros en la oficina, son relaciones humanas INTERACCION HUMANA o RELACION INTERPERSONAL como también se les llama.

Para que se den favorablemente necesitamos comunicarnos, tener interés en los demás y participar con ellos aportando lo mejor de nosotros mismos.

12



DATE CUENTA QUE

Los elementos necesarios en las Relaciones Humanas son: COMUNICACION, MOTIVACION Y COLABORACION con las otras personas.

ELIGE LA OPCION correcta, marcando con una "X" la letra correspondiente.

Cuando vamos a solicitar un trabajo, estamos llevando a cabo: (a) Relaciones de Trabajo, (b) Relaciones Humanas, (c) Relaciones Públicas.

Las Relaciones Interpersonales se dan: (a) Entre las personas y los grupos (b) Con uno mismo.

1

CONTESTA LAS SIGUIENTES PREGUNTAS

Para mí las Relaciones Humanas son: _____

También se las conoce como _____

2

Un ejemplo de Relaciones Humanas es _____

3

13

8. **Derecho de huelga.** Este es un derecho que tiene una coalición de trabajadores para suspender temporalmente el trabajo. El ejercicio de este derecho le permite a los trabajadores alcanzar mejores condiciones de trabajo, mejores salarios y prestaciones.

Estamos hablando del _____ de _____.

R: derecho; huelga.

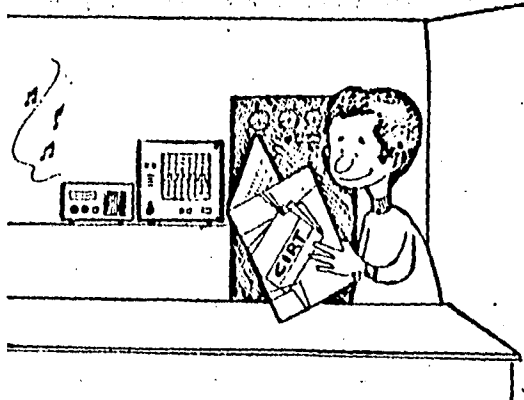
9. **Descanso por embarazo y maternidad.** Las mujeres durante el embarazo no realizarán trabajos que exijan un esfuerzo considerable y signifiquen un peligro para su salud; gozarán forzosamente de un descanso de seis semanas anteriores a la fecha fijada para el parto y seis semanas posteriores al mismo, debiendo percibir su salario íntegro y conservar su empleo. Durante el período de lactancia, tendrán dos descansos extraordinarios por día, de media hora cada uno para alimentar a sus hijos.

1. En total, ¿a cuánto tiempo de descanso tiene derecho la trabajadora embarazada? _____

2. ¿A cuántos descansos diarios tiene derecho la madre trabajadora durante el período de lactancia? _____

R: 1. A 12 semanas.
2. A dos descansos diarios.

Lea la fracción V del apartado "A" del artículo 123 de la Constitución mexicana.



10. **Capacitación y adiestramiento.** Los trabajadores tienen derecho a que sus patrones les proporcionen capacitación y adiestramiento; es decir, que les den la oportunidad de prepararse mejor para elevar su nivel de vida, perfeccionar sus conocimientos en y para el trabajo, prevenir riesgos, y estar en posibilidades de ascender y tener mejores ingresos; dicha capacitación estará a cargo de la empresa. Este es un derecho muy importante para el trabajador, por medio del cual se le da la oportunidad de que se desarrolle personalmente, para que pueda progresar como ser humano.

¿Cómo se llama el derecho que tiene el trabajador para exigir a su patrón que lo prepare mejor para hacer su trabajo? _____

R: Capacitación y adiestramiento.

Es importante que usted lea el Capítulo III Bis de la Ley Federal del Trabajo, que empieza con el artículo 153 A.

EL I.C.I.R.T.

de cada puesto de trabajo, intentó retomar la demanda de empresarios, trabajadores y sindicatos de impartir cursos frente a grupo. El problema fue que el intento se hizo con los mismos cuadernos de capacitación del tronco común, material que ya había llegado a las emisoras mediante los textos programados.

La licenciada Felicitas Varela justificó esta decisión asegurando que de esta forma el ICIRT "promueve y diversifica sus servicios ofreciéndole (a la industria radiofónica) cursos que enriquezcan nuestros sistemas instruccionales, mismos que se adecuarán a sus necesidades y demandas".⁹⁸

De esta manera, el ICIRT se dio a la tarea de promover, entre los concesionarios, la impartición de ocho cursos -Ver Cuadro 28- frente a grupo: "Taller de Coordinadores de Capacitación ICIRT", "Capacitación para el Aprendizaje", "Relaciones Humanas en la empresa", "Seguridad e Higiene en el trabajo", "Productividad en el trabajo", "La industria de la radiodifusión", "Operación de la empresa radiodifusora" y "Formación de instructores", los cuales tendrían una duración promedio de 12 a 15 horas, divididas en tres sesiones; un costo económico extra, y serían impartidos en las instalaciones del ICIRT o en la localidad o empresa que, previa contratación, así lo solicitara.

⁹⁸ Esta declaración la efectuó la licenciada Varela en la presentación del tríptico que se elaboró para promocionar los "Cursos Básicos", es decir, los cursos del tronco común.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Y obviamente sucedió lo evidente, lo que la propia Patricia González -entonces titular de la Coordinación Técnica Operativa- denominó como "un fracaso total", ya que, según explicó, a las personas que participaron en estos cursos les pareció poco atractivo tomar un curso cuyo contenido ya habían estudiado a través de sus cuadernos de capacitación.⁹⁹

Como consecuencia de este doble fracaso -de los cuadernos y los cursos- se agudizó la crisis financiera del ICIRT, que seguía dependiendo económicamente de la Cámara. Asimismo, se puso en tela de juicio la efectividad del trabajo de su gente. Y se produjo una pérdida de credibilidad en el Instituto por parte de los sectores que confluyen en esta industria.¹⁰⁰

Así, la administración de la licenciada Varela Ferrara dejó la estafeta de la dirección del ICIRT en manos del licenciado César Hernández Espejo. En este periodo de cambio el Instituto, en coordinación con la Secretaría de Educación Pública, organizó -en 1990- un programa masivo de regularización de locutores, sin licencia, en nueve estados del país, al que se llamó "**LA VOZ PROFESIONAL DE LA RADIODIFUSION MEXICANA**".

"La Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión preocupada por encontrar una solución a la si-

⁹⁹ Entrevista realizada el 18 de febrero de 1994.

¹⁰⁰ En una visita efectuada al STIRT en el mes de enero de 1994, se me informó que incluso los cuadernos del tronco común los habían tirado, porque según se me dijo, "no servían para nada".

CUADRO No. 28

DIRECTORIO



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

CONSEJO DIRECTIVO:

PRESIDENTE

Lic. Casio Carlos Narvaéz Lidoll.

VICEPRESIDENTE

C.P. Alejandro Gayou Almacá

SECRETARIO

Sr. Edilberto Huesca Perrolin

TESORERO

Lic. José Luis Erosa Vera

AUDITOR

Lic. Oscar Gutiérrez Villalobos

COORDINACION GENERAL

Lic. Felicitas A. Varela Ferrara.

COORDINACION TECNICA OPERATIVA

Lic. Patricia González Villanueva.

SUBCOORDINACION TECNICA

Lic. Teresita Hernández del Rosario.

SUBCOORDINACION OPERATIVA

Lic. Patricia Pimentel García

SUBCOORDINACION DE CONTROL Y GESTION

Lic. Fúln Salazar Pulido

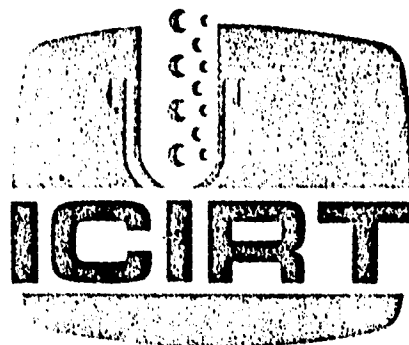
Para mayor información dirijase al Instituto de Capacitación de la Industria de Radio y Televisión, A.C.

Horacio 1013 Col. Polanco, Reforma

C.P. 11550 México, D.F.

Tel.: 250-25-77 ext. 118 y 119

MAYO-1990



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

PROGRAMA DE CURSOS BASICOS



**LA EXCELENCIA
EL RETO,
LA CAPACITACION,
EL CAMINO**

1. TALLER DE COORDINADORES DE CAPACITACION I.C.I.R.T.

OBJETIVO:

Motivar, inducir y optimizar el proceso capacitador -ICIRT- en la empresa.

TEMARIO:

- Perfil del Coordinador de Capacitación -ICIRT-.
- Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento.
- Proceso Enseñanza-Aprendizaje.
- Motivación e Inducción a la Capacitación.
- Dinámica y Técnicas grupales.
- Procedimiento e importancia de la Evaluación.

2. CAPACITACION PARA EL APRENDIZAJE.

OBJETIVO:

Desarrollar las técnicas para el autoaprendizaje y superación personal.

TEMARIO:

- El aprendizaje en la capacitación a través de técnicas programadas.
- Técnicas para lograr la concentración en el estudio.
- Técnica para lograr una lectura eficaz.
- Técnica para ejercitar la memoria.
- Técnica para la administración del tiempo.
- Técnica para autoevaluar el aprendizaje.

3. RELACIONES HUMANAS EN LA EMPRESA

OBJETIVO:

Mejorar las relaciones interpersonales con el objeto de asegurar un ambiente laboral propicio para elevar la productividad del trabajo.

TEMARIO:

- Relaciones humanas.
- Motivación.
- Comunicación.
- Trabajo en equipo.
- Superación personal.

4. SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO.

Prevenir riesgos y enfermedades de trabajo, así como casos de siniestro o desastre a través del conocimiento de las medidas a seguir, optimizando los recursos.

TEMARIO:

- Aspectos básicos de Seguridad e Higiene.
- Comisión Mixta de Seguridad e Higiene.
- Medidas para prevenir riesgos de trabajo.
- Protección civil.
- Medidas a seguir en caso de siniestro o desastre.

5. PRODUCTIVIDAD EN EL TRABAJO.

OBJETIVO:

Incrementar la productividad laboral aplicando técnicas y procedimientos adecuados para lograr mayor eficiencia.

TEMARIO:

- Organización del trabajo.
- Distribución y control del tiempo.
- Aprovechamiento de recursos.
- El grupo de trabajo.

6. LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSION.

OBJETIVO:

Analizar las características, organización y fundamentos legales y normativos de la Industria de Radiodifusión.

TEMARIO:

- Reseña histórica de la Radiodifusión.
- Momento actual de la Industria de la Radio y Televisión en México, organización y perspectivas.
- Fundamentos legales y normativos de la Radio y Televisión.

7. OPERACION DE LA EMPRESA RADIODIFUSORA.

OBJETIVO:

Responsabilizar e integrar al trabajador en su labor dentro de la empresa, para la consecución de objetivos comunes.

TEMARIO:

- La empresa, propósitos y objetivos.
- Estructura orgánica y funcionamiento de la empresa de Radio.
- Estructura orgánica y funcionamiento de la empresa de Televisión.
- Reglamento interior de trabajo.

8. FORMACION DE INSTRUCTORES.

OBJETIVO:

Preparar Recursos Humanos capaces de transmitir los conocimientos y experiencias de su especialidad laboral o profesional.

TEMARIO:

- Educación y Capacitación.
- El papel del Instructor.
- Aspectos psicopedagógicos de la instrucción de adultos.
- Conducción de grupos.
- Recursos didácticos.
- Planeación y evaluación.
- Aplicación de los principios didácticos en la Instrucción.

EL I.C.I.R.T.

tuación que prevalece en diversas radiodifusoras del país, de tener locutores que aún no han obtenido su licencia correspondiente, ha convenido con las autoridades de la Secretaría de Educación Pública, así como con los representantes de los principales sindicatos de la industria, STIRT y SITATYR, que a través del Instituto de Capacitación de la Industria de la Radio y Televisión (ICIIRT A.C.), y con la sanción de la SEP, se desarrollarán materiales y eventos que permitan lograr en corto plazo, regularizar la certificación de los locutores de la industria", afirmaron autoridades de la CIRT.¹⁰¹

Así, para tratar de resolver el problema de los locutores trabajando sin licencia en las radiodifusoras comerciales, el ICIIRT se comprometió, por un lado, a prepararlos a través de cursos y guías de estudio. En tanto, la SEP se obligó a aplicarles los exámenes de certificación en las nueve plazas designadas.

Para cumplir con su compromiso, el ICIIRT diseñó un curso-taller, cuyo temario general -Ver Cuadro 29- abarcó cinco puntos todavía más generales e imprecisos:

- I. Teorías y principios básicos de la comunicación masiva en Radio y Televisión.
- II. Aspectos fundamentales que influyen en la actividad de Locución.
- III. La programación en Radio y Televisión,
- IV. El periodismo en Radio y Televisión.
- V. Cultura General.

¹⁰¹ Guía de preparación para el examen a locutores. La voz profesional de la Radiodifusión Mexicana. ICIIRT, México: 1990, Presentación.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Estableció como método didáctico a utilizarse en los cursos, *el aprendizaje grupal*; un método "en el que las experiencias y los conocimientos de los participantes se incorporan al contenido del curso, así como el estudio y repaso de la "Guía Resuelta para el examen a Locutores", logrando, de esta manera, el enriquecimiento de los temas; la participación activa de los capacitandos; la retroalimentación y reforzamiento de los conocimientos; el fomento del acervo cultural y deseo de investigación y superación profesional; y regularizar, en su caso, la certificación de locutores", explicaron las autoridades del ICIRT.

Asimismo, elaboró un manual denominado "Guía resuelta de preparación para el examen a Locutores" -Ver Cuadro 30- como un apoyo para facilitar y agilizar la preparación de la parte escrita del examen.

Esta guía resuelta fue estructurada respetando la secuencia que se plantea en la proporcionada por la SEP, incluyendo, además, preguntas consideradas en guías anteriores. El procedimiento para su diseño fue el siguiente:

- Se revisaron todas las preguntas y opciones referentes a los temas "manejo del lenguaje", "cultura general" y "elementos básicos de teorías de la comunicación".
- Se recabó la bibliografía sugerida en esta guía y alguna otra adicional, para dar respuesta a las preguntas y a ca-

CUADRO No. 29

DIRECTORIO

CONSEJO DIRECTIVO:

PRESIDENTE

Lic. *Carlos Carlos Narvaéz Lidoll*

VICEPRESIDENTE

C.P. *Alejandro Gavoli Almada*

SECRETARIO

Sr. *Edilberto Huéscar Perrotín*

TESORERO

Lic. *José Luis Erosa Vera*

AUDITOR

Lic. *Oscar Gutiérrez Villalobos*

COORDINACIÓN GENERAL

Lic. *Felicitas A. Varela Ferrada*

COORDINACIÓN TÉCNICA OPERATIVA

Lic. *Patricia González Villalobos*

SUBCOORDINACIÓN TÉCNICA

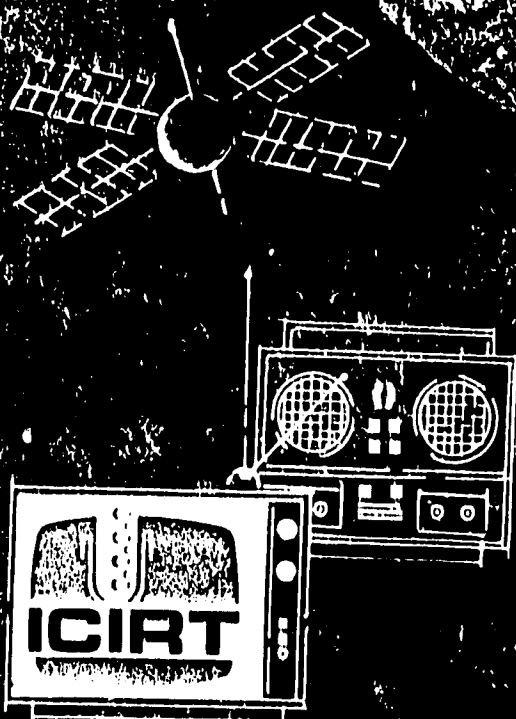
Lic. *Yareisa Hernández del Rosario*

SUBCOORDINACIÓN OPERATIVA

Lic. *Patricia Pimentel García*

SUBCOORDINACIÓN DE CONTROL Y GESTIÓN

Lic. *Ruth Salazar Pulido*



ICIRT

INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

"La locución en la Radio y la Televisión"

*La voz profesional de la
Radiodifusión Mexicana.
Curso-Taller*

Abril-1990

PRESENTACION

El Instituto de Capacitación de la Industria de Radio y Televisión, A.C. ha diseñado el presente curso como un apoyo más a la integración y desarrollo de quienes participan en la industria.

El contenido del curso destaca los conocimientos básicos que auxilian al Locutor para el desempeño eficaz y eficiente de su actividad frente al micrófono. Cubre de manera relevante los aspectos relacionados con la Comunicación Masiva y Cultura General, indispensables en el trabajo cualitativo de Locución.

La estructura del curso está orientada a fomentar en el participante el interés de intervenir activamente en su aprendizaje, contribuyendo en la búsqueda del conocimiento, a partir de su práctica cotidiana.

OBJETIVOS

- Proporcionar los conocimientos Teórico-Prácticos para fomentar las habilidades relacionadas con la actividad de Locución.
- Coadyuvar en la regularización de la certificación de locutores.

DIRIGIDO A: Locutores y puestos afines.

DURACION: 16 horas, distribuidas en 2 días de trabajo intensivo.

HORARIO: 9:00 a 19:00 horas considerando recesos y tiempo de comidas.

TEMARIO GENERAL

- I. Teorías y principios básicos de la Comunicación Masiva en Radio y Televisión.
- II. Aspectos fundamentales que influyen en la actividad de Locución.

III. La Programación en Radio y Televisión.

IV. El Periodismo en Radio y Televisión.

V. Cultura General.

METODOLOGIA DIDACTICA.

El ICIRT utiliza como método didáctico, El Aprendizaje Grupal, en el que las experiencias y conocimientos de los participantes, se incorporan al contenido del curso, así como el estudio y repaso de la Guía Resuelta para el examen a Locutores, logrando de esta manera:

- Enriquecimiento de los temas.
- Participación activa de los capacitandos.
- La retroalimentación y reforzamiento de los conocimientos.
- El fomento del acervo cultural y deseo de investigación y superación profesional.
- Regularizar, en su caso, la certificación de locutores.

INFORMES



Horacio 1013,
Col. Polanco Reforma
11550 México, D.F.
Tel. 250 25-77 y 250-22-21

CUADRO No. 30

Capacitación y productividad

CIAT STPS RESULTADO DE UN ESFUERZO COMUN



AV. HORACIO No. 1013 COL. POLANCO, REFORMA C.P. 11550 MEXICO, D.F. TELS.: 250 2577-250 2221 EXT. 118 Y 119

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

da una de las opciones que se presentaban, con el propósito de que el aspirante obtuviera la mayor información posible.

- A cada una de las opciones se le dio una justificación a través de la cual se fundamentó por qué únicamente una de las opciones era la correcta y no la otra.

- En los casos en que las opciones inclufan aspectos de la respuesta correcta, se procedió únicamente a contestar la pregunta con la opción correcta, fundamentándola y evitando ser redundantes. Por ejemplo:

"HISTORIA DE MEXICO.

3. Los Telpochcalli o "Casas de jóvenes" eran planteles donde asistían los jóvenes mexicas para:

- A) Prepararse para el matrimonio.
- B) Recibir educación militar.
- C) Aprender los oficios.
- D) Prepararse para el sacerdocio.

RESPUESTA CORRECTA: RECIBIR EDUCACION MILITAR.

Se sabe que el pueblo mexica fue guerrero por excelencia, por lo que la educación del niño se basaba en una preparación tal, que le permitiera enfrentarse a toda clase de problemas.

La educación pública empezaba después de los 15 años. Para los varones había dos centros educativos: el "Telpochcalli", destinado a los plebeyos, donde se les entrenaba principalmente al servicio militar, así como para los trabajos públicos, en las artes y en los oficios, y el "Calmécac" reservado a los hijos de los nobles, donde se les educaba para ocupar altos puestos en el gobierno o para ejercer el sacerdocio"¹⁰²

¹⁰² Ibidem., p. 32.

EL I.C.I.R.T.

- Finalmente, con respecto al tema de Geografía, se incluyeron algunos mapas descriptivos y explicativos.

Los cursos tuvieron una duración de 16 horas, divididas en dos días. Las nueve sedes en las que se impartieron -en colaboración con las Delegaciones de la CIRT- fueron: Irapuato, Guanajuato (26 y 27 de abril), con 62 participantes; San Luis Potosí, San Luis Potosí (28 y 29 de junio) con 138 participantes; Puebla, Puebla (5 y 6 de julio) con 121; Hermosillo, Sonora (12 y 13 de julio) con 184; Guadalajara, Jalisco (26 y 27 de julio) con 149; Puerto de Veracruz, Veracruz (2 y 3 de agosto) con 91; Ciudad Victoria, Tamaulipas (16 y 17 de agosto) con 153; Chihuahua, Chihuahua (13 y 14 de septiembre) con 173, y el Distrito Federal (20 y 21 de septiembre) con 461 participantes.

Es decir, un total de mil 532 locutores de 584 empresas de la industria de la radiodifusión de todo el país asistieron a este evento de regularización.

De acuerdo con resultados del Instituto, estos cursos-talleres significaron 788 horas de instrucción y 29 mil 979 horas invertidas para capacitar a los locutores, distribuidos en 34 grupos y apoyados con mil 600 guías de estudio.¹⁰³

En tanto, el Departamento de Certificación para Lo-

¹⁰³ "Regularización de Locutores. Elevada participación", en: Antena, No. 157, CIRT, México: diciembre-enero de 1990-91.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

cutores de Radio y Televisión, de la SEP, reportó 1400 personas examinadas, de las cuales del 60 al 70% aprobaron el examen y obtuvieron su certificado y de un 30 a 40% reprobaron y continuaron trabajando en la locución como infractores, avalados, incluso, por las autoridades que para este caso crearon los llamados permisos o prácticas de aprendices¹⁰⁴, para que los locutores sin licencia empleados por las emisoras pudieran trabajar profesionalmente por hasta por tres periodos de 90 días.¹⁰⁵

Este evento de regularización de locutores ayudó a recuperar un poco el prestigio perdido por parte del ICIRT. Sin embargo, el periodo de mayor dinamismo del Instituto inició en 1992, cuando la licenciada Patricia González Villanueva asumió la dirección del mismo.

De ese año a la fecha, el ICIRT ha logrado consolidar una infraestructura y un ritmo de trabajo, mediante los cuales, se ha fortalecido el proceso de capacitación de los trabajadores de la industria de la radiodifusión.

Hoy, el Instituto ofrece servicios de actualización de trámites legales en materia de capacitación ante la Secretaría del Trabajo y de certificación de locutores ante la Secretaría de Educación Pública. Imparte cursos, talleres y diplomados de los módulos específicos a puestos

¹⁰⁴ Ver capítulo anterior, sobre certificación de locutores.

¹⁰⁵ Datos proporcionados por el Licenciado Ignacio Antonio Sánchez Villegas, subjefe del Departamento de Certificación para Locutores, de la Unidad de Televisión Educativa (UTE), SEP, en entrevista realizada el 18 de febrero de 1992.

EL I.C.I.R.T.

de trabajo de la misma industria. Elabora diagnósticos especiales, para las empresas que así lo soliciten, sobre motivación y productividad en el trabajo. Y apoya a los diversos sectores de la Cámara en la realización de eventos que tienen que ver con la preparación y la capacitación en la industria.

Desde sus inicios, el ICIRT ha proporcionado a sus socios el servicio de registro de trámites legales, en términos de capacitación, ante la STPS. Hoy, el control y la actualización de éstos trámites forman parte del trabajo del equipo de personas que labora en el Instituto.

"A las comisiones mixtas les estamos dando un vencimiento de cada 4 años. Ahora, si hay modificaciones, de que algún trabajador se dé de baja o surga algún cambio dentro de la empresa que afecte la constitución de su comisión mixta, nos lo notifican y hacemos las modificaciones respectivas. Normalmente, por ejemplo, si una empresa inscribió su comisión por 4 años y a los 2 tiene alguna modificación de los empleados que la integran, únicamente se reporta esa modificación ante la Secretaría del Trabajo, y la comisión permanece durante los dos años que le restan. Nosotros, normalmente, vamos al máximo de la Ley para que la empresa tampoco tenga el engorro de estar haciendo a cada rato trámites. Lógicamente, no todas las empresas van al parejo, porque no todas se afiliaron al mismo tiempo y había algunas que ya tenían sus trámites iniciados. Es por eso que cada año tenemos mucho trabajo en cuanto a regularización y actua-

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

lización de este tipo de registros", explicó al respecto Patricia González.

En cuanto al proceso de certificación de locutores, el ICIRT asumió la responsabilidad de tramitar estos certificados de aptitud desde finales de 1992, cuando por acuerdo entre el gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari, los concesionarios y los principales sindicatos de la industria, se determinó eliminar el examen de certificación para obtener la licencia de locutor y simplificar, con ello, los trámites para cumplir con esta obligación ante la SEP.

En este rubro, aunque en el mismo acuerdo los concesionarios se comprometieron a vigilar la preparación de sus locutores y a instrumentar programas para su capacitación permanente y continua, hasta ahora la Cámara por medio del ICIRT -como lo informó Patricia González- sólo se ha dedicado a recibir de las emisoras la documentación requerida para tramitar los certificados de aptitud y a enviarla a la SEP, sin exigir, previamente, a las empresas que sus aspirantes a locutores aprobaran, por lo menos, alguno de los dos cursos específicos -"Formación de Locutores" y "Actualización de Locutores"- que el Instituto ha elaborado para la capacitación de los mismos.

"Pero la idea es que en un futuro no muy lejano, las estaciones no únicamente manden a su locutor a que obtenga el certificado, que nos manden sus papeles; sino que nos los manden, los capacitemos y después se les haga el trá-

EL I.C.I.R.T.

mite. Pero eso ya sería como un compromiso empresas-CIRT, en el cual no puede involucrarse la SEP porque regula otro tipo de situaciones. Sería un compromiso paralelo para cuestión de formación de locutores", señaló la gerente del ICIRT.

Sin embargo, hoy es un hecho que por casi dos años, los concesionarios han estado expidiendo licencias sin cumplir con su compromiso de procurar la capacitación permanente de sus trabajadores, cuya labor diaria tiene resonancia en los de oídos, cerebros y actitudes de miles de personas.

Se dijo, entonces, que el examen de locución fue eliminado porque "había muchos locutores sin licencia y licencias sin locutores". Es decir, había un número elevado de egresados de la licenciatura en comunicación que, por su preparación universitaria, fácilmente aprobaban el examen y obtenían su licencia y, no obstante, no tenían trabajo porque las emisoras no los contrataban. Y, al mismo tiempo, muchos locutores -con niveles de educación secundaria o bachillerato- ya trabajaban y no tenían licencia debido a que, o bien, no podían viajar al Distrito Federal para tramitarla o simplemente no poseían conocimientos actualizados que les permitieran aprobar el examen de certificación.

Con la reforma de 1992 las perspectivas del profesional del área de la comunicación no cambiaron. Hoy como ayer tendrá que seguir luchando para abrir los espa-

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

cios que le corresponden dentro de las radiodifusoras. En tanto, se benefició a los concesionarios, al dejar en sus manos la aportación del documento de mayor peso -la carta de la emisora- para la expedición de los certificados de locución. En los años siguientes veremos si en verdad los empresarios de la radio están dispuestos a cumplir con su compromiso de procurar capacitación permanente a sus locutores y demás trabajadores.

Asimismo, como otra de sus funciones actuales, el ICIRT empezó a impartir -desde noviembre de 1992- cursos específicos a puestos de trabajo frente a grupo, apoyado y asesorado por personas expertas en las diversas áreas de la industria; personas de renombre, con quienes se han formado Comités Editoriales -para la realización de los cursos- y Comités Técnicos -para el diseño de manuales.

El mecanismo de trabajo que se sigue para la elaboración de un curso, taller, diplomado, programa o manual de apoyo, en el ICIRT, la misma Patricia González lo explica:

"Nosotros como personal del ICIRT elaboramos un proyecto de capacitación. Después, hablamos a las estaciones y preguntamos quiénes son las personas que ellos reconocerían como gente de renombre y experiencia en la materia. A partir de eso se hace un programa de trabajo y se invita a los expertos a formar parte del Comité. Es en este momento cuando se divide al proyecto en temas, los cuales son repartidos entre las personas del comité para

EL I.C.I.R.T.

que los vayan trabajando conjuntamente. Nosotros nos reunimos con nuestros comités cuando ya tienen el trabajo terminado. Y algunas veces, con personas de los mismos damos los cursos".

A través de este proceso surgió -en octubre de 1993- el primer material impreso dirigido a un puesto de trabajo de la industria radiofónica, el **MANUAL DEL CONTINUISTA** -Ver Cuadro 31-, en el que participaron, para su diseño, continuistas de Frecuencia Modulada Mexicana, Radio Fórmula y Radio Sportiva, entre otros.

Este texto fue desarrollado en cuatro temas, cuya información puede ser aplicable en sistemas de continuidad manual como computarizado: 1) Definición e importancia del puesto del continuista; 2) La continuidad, su desempeño y terminología; 3) Disposiciones legales en relación con la continuidad; 4) Recomendaciones. Su costo para empresas afiliadas al ICIRT fue de N\$ 35.00, más N\$ 18.00 por gastos de envío, y para empresas no afiliadas, de N\$ 52.00, más gastos de envío.

En cuanto a los cursos frente a grupo, a la fecha el ICIRT ha diseñado e impartido más de 20 cursos específicos -Ver Apéndice No. 2- correspondientes a las áreas de producción, técnica y administrativa de la industria de la radiodifusión. Y cerca de 10 cursos genéricos -dirigidos a todos los puestos de las emisoras- de carácter humanístico, los cuales versan sobre temas como: "Relaciones Humanas", "Calidad en el servicio", "Motivación y productividad en el trabajo", etcétera.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En el área de producción, destacan los cursos dirigidos a locutores, reporteros y programadores: "Formación de locutores", "Actualización de locutores", "Periodismo Radiofónico", "Creatividad en producción radiofónica", "Taller de apreciación musical y literaria y géneros musicales", entre otros.

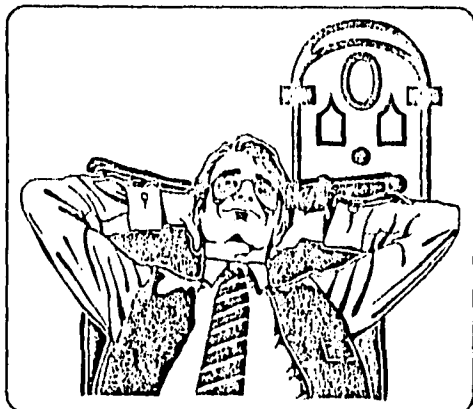
En el área administrativa, se ha otorgado mayor atención a los puestos gerenciales -directores, gerentes de estación y directores generales- y secretariales: "Planeación estratégica", "Administración estratégica", "Finanzas para ejecutivos no financieros", "Comunicación y técnicas de ventas para la radio", "Actualización secretarial".

Y en el área técnica, sobresalen los cursos de actualización tecnológica para los diferentes puestos que se relacionan con ella: "Instalación y mantenimiento de transmisores y antenas de Amplitud Modulada", "Operación, instalación y mantenimiento de transmisores y antenas de Frecuencia Modulada", "Mantenimiento Técnico en equipo de estudio analógico", "Mantenimiento Técnico en equipo de estudio digital", "Las nuevas tecnologías en la radiodifusión".

Cabe precisar que aunque la mayor parte de todos estos cursos partieron de la base de los módulos específicos del Sistema General de Capacitación para Radio, para su diseño y elaboración se modificaron o adecuaron sus contenidos a las circunstancias actuales,

CUADRO No. 31





En la tarea del CONTINUISTA, como en cualquier otra, la ORGANIZACIÓN es imprescindible, entendiendo por ésta al proceso mediante el cual se ordenan los elementos de un conjunto y se establecen las actividades necesarias para cumplir con las tareas propias de un puesto de trabajo, lo que permite ser más eficiente y productivo.

En este sentido, el departamento de continuidad, no escapa a esta exigencia. Aquí la organización implica:

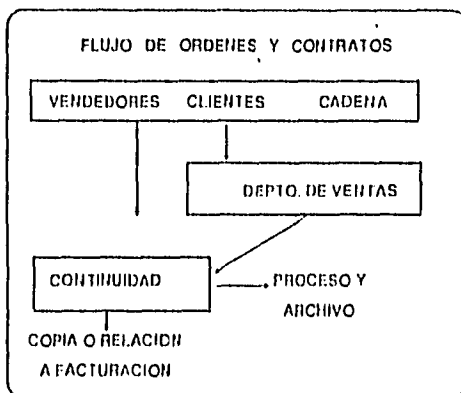
- Orden y control en las actividades.
- Secuencia de actividades de acuerdo a importancia y/o prioridad.
- Aprovechamiento efectivo de recursos materiales.
- Claridad y precisión en los términos que se utilicen en la bitácora, las órdenes, las etiquetas, encartuchado, cancelaciones, etc.

Con ésto podremos estar seguros de brindar un servicio eficiente y de calidad.

ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DEL CONTINUISTA

ACTIVIDAD	PERIODICIDAD
Elaboración de la CARTA DE TIEMPO	Diario
Recepción de ORDENES y CONTRATOS	Diario
Asignación de HORARIOS	Diario
Procesamiento de ORDENES o CONTRATOS (vaciado de datos en la computadora y/o anotar en la Carta de Tiempo)	Diario
Elaboración de la GUIA COMERCIAL (bitácora)	Diario en computadora o a máquina.
Elaboración de la GUIA COMERCIAL (bitácora)	Semanal a máquina.
Entregar materiales o textos al departamento de GRABACION	Diario
Entregar GUIA COMERCIAL, CARTUCHOS, CINTAS o DISKETTES a cabinas	Diario
Entregar copia de ORDENES y CONTRATOS a facturación	Conforme se reciban
Controlar ORDENES y CONTRATOS vigentes	Diario.
Archivar ORDENES y CONTRATOS que han finalizado o han sido cancelados	Según el flujo
RETIRAR DE CABINAS cartuchos, cintas, diskettes y guías comerciales que ya NO se utilizarán en Transmisión	Diario

ACTIVIDAD	PERIODICIDAD
INFORMAR A LA DIRECCION ARTISTICA o al programador de la contratación o cancelación de programas y aumento o disminución de spots	Cada que se requiera
Informar a FACTURACION y a VENTAS, de las cancelaciones que se presenten.	Según se presenten



EL MANEJO DE LA CONTINUIDAD

En la realización de su trabajo, el continuista, maneja varios formatos para llevar el control de los anuncios comerciales, mensajes educativos, sociales, culturales y oficiales a transmitir diariamente por la estación de radio en la que labora. Es por tanto indispensable, que sea organizado en sus actividades, por lo que se recomienda el siguiente procedimiento como una pro-

puesta que se puede adecuar dependiendo de las normas y necesidades de la empresa.

A) Dicho procedimiento se inicia con la recepción de ORDENES y CONTRATOS (o si es el caso, la elaboración de los mismos) con la información que proporcionen las agencias, los vendedores de la estación, el cliente o el jefe inmediato. (ANEXOS 1 y 2)

Datos que se requieren para la elaboración de una orden o contrato:

- Nombre o Razón Social del Cliente
- Dirección
- Teléfono
- Registro Federal de Contribuyentes en la primera contratación, se deberá solicitar al cliente copia de la Cédula.
- Conducto Agente, Agencia, Directo, etc.
- Nombre del producto o servicio
- Número o cantidad de spots
- Duración o Medida
- Dias de transmisión
- Periodo de Transmisión (fechas: inicial y final)
- Precio por Unidad
- Horarios
- Observaciones (Sobre facturación, versiones a utilizar, etc.)

NOTA: Es costumbre que los órdenes y contratos contengan el Vo. Bo. ó autorización de la Gerencia o del Responsable de Ventas, lo anterior con el objeto de darles la formalidad que ameritan.

B) Con esta información se procede al vaciado en la CARTA DE TIEMPO y/o en la COMPUTADORA. (ANEXO 3)

Como no todos los programas de computación tienen la capacidad de asignar horarios automáticamente, se recomienda llevar la mencionada CARTA DE TIEMPO, ya sea en un pizarrón o en cartulinas; seleccionando la opción que facilite el control y distribución comercial, así como la elaboración de la Bitácora o Guía

EL I.C.I.R.T.

tal es el caso de los cursos del área ocupacional de Servicios Técnicos.

Los cursos específicos y genéricos se imparten de acuerdo con la demanda de las empresas y grupos radiofónicos; es decir, no se aplican con una frecuencia determinada. Se presentan en bloques de seis meses -Ver Cuadro 32-. Y tienen un costo extra -no menor a los mil nuevos pesos por empresa afiliada- para cualquier empresa del ramo que los solicite.

En el interior de la República, "nosotros -explicó la gerente del ICIRT- nos relacionamos directamente con los presidentes delegacionales y ellos se organizan con los radiodifusores del estado. Se ponen de acuerdo cómo van a cubrir los gastos y nos contratan por grupos. Se hace el diagnóstico de lo que se necesita, se elaboran los planes y programas, vamos y los aplicamos. En provincia lo idóneo sería que fuéramos cada mes, pero desafortunadamente, la capacidad de las estaciones no les puede dar mucho. Entonces, ahora estamos esperando para ir a cada entidad. La respuesta de la gente es muy buena, lo triste es cuando son empresas muy pequeñas que ni llevándolos a su localidad pueden separar a la gente de sus labores, pero de hecho los cursos de capacitación se han recibido con mucho ánimo en provincia".

No obstante, hasta ahora el ICIRT sólo ha instrumentado paquetes de programas específicos para los estados de Jalisco, Puebla, Oaxaca, Nuevo León y San Luis

CUADRO No. 32



INSTITUTO DE CAPACITACION DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION A.C.

PROGRAMA DE CAPACITACION ENERO - JUNIO 1994

TEMAS	COSTO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
FORMACION DE LOCUTORES	AFIL. N\$1,500.00 NO AFIL. N\$2,250.00	GUADALAJARA 24,25,26	LA FREDAD, MICHA 17,18,19			
ACTUALIZACION DE LOCUTORES	AFIL. N\$1,500.00 NO AFIL. N\$2,250.00		GUADALAJARA 23,24,25			
CREATIVIDAD EN PRODUCCION RADIOFONICA	AFIL. N\$1,600.00 NO AFIL. N\$2,400.00			S.L.P. 20,21,22		
TECNICAS DE ENTREVISTA, IMPROVISACION Y CONDUCCION DE PROG. DE RADIO	AFIL. N\$1,180.00 NO AFIL. N\$1,650.00				D.F. 11,12,13	
TALLER DE APRECIACION MUSICAL Y LITERARIA Y GENEROS MUSICALES	AFIL. N\$ 900.00 NO AFIL. N\$1,350.00					D.F. 9,10
DISEÑO E INSTALACION DE CARRNAS DE AUDIO	AFIL. N\$1,550.00 NO AFIL. N\$2,300.00			D.F. 28,29,30		
CONOCIMIENTO DE NUEVAS TECNOLOGIAS EN RADIODIFUSION	AFIL. N\$ 900.00 NO AFIL. N\$1,350.00				D.F. 27,28	
LA INDUSTRIA DE RADIODIFUSION	AFIL. N\$ 920.00 NO AFIL. N\$1,370.00			D.F. 18,19		
TECNICAS DE COMUNICACION ESCRITA	AFIL. N\$ 1,400.00 NO AFIL. N\$2,100.00		GUADALAJARA 7,8,9			
PLANEACION ESTRATEGICA	AFIL. N\$1,500.00 NO AFIL. N\$2,250.00	D.F. 17,18,19				
ADMINISTRACION ESTRATEGICA	AFIL. N\$1,500.00 NO AFIL. N\$2,250.00		D.F. 23,24,25			
COMUNICACION Y TECNICAS DE VENTAS PARA LA RADIO I	AFIL. N\$1,600.00 NO AFIL. N\$2,400.00			MONTERREY 20,21		
COMUNICACION Y TECNICAS DE VENTAS PARA LA RADIO II	AFIL. N\$1,600.00 NO AFIL. N\$2,400.00				MONTERREY 25,26	
COMUNICACION Y TECNICAS DE VENTAS PARA LA RADIO III	AFIL. N\$1,600.00 NO AFIL. N\$2,400.00					MONTERREY 22,23

EL I.C.I.R.T.

Potosí. En tanto, se esperaba -para el primer semestre de 1994- la confirmación de las delegaciones de Tabasco y Veracruz.

Por lo que se refiere al Distrito Federal -afirmó la licenciada González Villanueva- "es aquí, con los grupos radiofónicos grandes, donde el Instituto tiene más trabajo, ya que con ellos se trabaja en capacitación interna. Se les hacen sus diagnósticos y se les elaboran programas específicos de capacitación para todo el corporativo".

Un ejemplo de este caso es el trabajo que realizó el ICIRT, a mediados de 1993, para el Grupo Radio Centro, el cual consistió en diseñar un paquete de cursos encaminado a incrementar la integración de todas las áreas de la empresa, para mejorar su funcionamiento y aumentar sus niveles de productividad.¹⁰⁶

Este paquete incluyó, además, una evaluación del impacto del evento dentro de la empresa. "La idea a través de estos cursos y actividades es después estar en contacto con las mismas estaciones y con su personal para ver cómo les va después de la aplicación de un programa de los nuestros. Sobre todo, porque si no caemos en la situación de que la gente no está invirtiendo, sino que está gastando", dijo Patricia González.

¹⁰⁶ "¿Sabe usted incrementar su productividad?", en: *Antena*, No. 169, CIRT, México: junio de 1993, pp. 8 y 10.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Finalmente, el ICIRT apoya eventos paralelos a sus cursos normales, tales como el *Seminario de Radio y Televisión*, evento que organiza anualmente -desde 1992- la Comisión Juvenil de la Cámara -integrada por los hijos de los concesionarios-, donde los expertos de los medios de difusión comparten sus conocimientos y experiencias con los jóvenes egresados de la licenciatura en comunicación.

Y, de igual forma, realiza programas especiales de capacitación como el *Seminario Jurídico*, dirigido a actualizar los conocimientos sobre el marco legal de la industria de gerentes y directores de las estaciones, el cual fue impartido por vez primera en la Semana Nacional de Radio y Televisión de 1993.

D) PROYECTOS Y RETOS PARA EL FUTURO.

En resumen, actualmente el Instituto de Capacitación de la Industria de Radio y Televisión ha estructurado un proceso de capacitación para los trabajadores de la industria, basado en un Sistema General integrado, a su vez, por módulos básicos de tronco común y módulos específicos a puestos de trabajo.

Los módulos del tronco común son seis y se imparten por medio de textos programados que promueven el autoaprendizaje y permiten usar los métodos de la educación a distancia, útiles en una industria formada por

EL I.C.I.R.T.

empresas pequeñas y con altos índices de rotación de personal.

Mientras que con los módulos específicos se ha utilizado la metodología de los cursos frente a grupos. "Básicamente, nuestros cursos más que ser informativos, son formativos porque en ellos se maneja mucho la cuestión teórico-práctica; es decir, los participantes refuerzan sus conocimientos a través del mismo curso. Los grupos son reducidos, dependiendo del curso se puede tener un cupo máximo de 15 personas y un mínimo de 5, para que no resulten incosteables para las empresas", afirmó Patricia González.

En casos particulares -como ya se señaló más arriba- el ICIRT complementa este proceso con la elaboración de programas de capacitación integral encaminados a elevar los niveles de productividad de cada emisora.

Sin embargo, en cada nivel de este proceso existen carencias y deficiencias que ante la administración de Patricia González se presentan como los proyectos y retos a corto y a largo plazo que el Instituto deberá enfrentar.

En este sentido, los proyectos actuales del ICIRT son:

1º Revisar y actualizar el Sistema General de Radio, de acuerdo con las modificaciones que se han efectuado -en la práctica- al elaborar y diseñar los cursos de los módulos específicos.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

20 Continuar con el trabajo de los Comités Editoriales y Técnicos para la estructuración de los cursos de los módulos específicos que aún faltan por impartir.

30 Diseñar y concluir el paquete "MULTIMEDIA" para locutores, denominado "El Locutor Profesional", en el que se utilizarán audio y video, con el propósito de mantener actualizados a los locutores de la industria.

40 Publicar el diccionario lingüístico para correcciones del idioma de los locutores.

50 Continuar impulsando la capacitación en las emisoras del interior de la República, a través de la elaboración de programas específicos para cada estado. Y de las cadenas del Distrito Federal mediante el establecimiento de programas internos de capacitación integral.

Asimismo, el ICIRT y su nuevo personal se han planteado tres retos centrales:

10 Constituirse como la instancia capacitadora de la industria, lo cual implica reforzar la política de afiliación de las empresas de radio y televisión, ya que hasta la fecha sólo el 50% de ellas están asociadas al ICIRT, lo cual reduce la efectividad e impacto de sus cursos y las posibilidades económicas del ICIRT para financiar nuevos proyectos de capacitación para las emisoras comerciales.

EL I.C.I.R.T.

Implica, también, mejorar y diversificar sus programas de capacitación, para que puedan llegar a todas las poblaciones del país y puedan sortear los obstáculos inmersos a la misma naturaleza y características de la industria: bajos niveles educativos, rotación de personal, reducido número de trabajadores en cada empresa, apatía de los concesionarios, líderes sindicales y trabajadores.

2º Internacionalizar los servicios de capacitación del ICIRT en Centro y Sudamérica, mediante la asesoría y la elaboración de proyectos y programas para la industria de radio y televisión de los países que forman esas regiones.

3º Y enfrentar la competencia de las empresas extranjeras dedicadas a diseñar proyectos y programas de capacitación, que ya están estableciéndose en nuestro país, como resultado de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá.

CAPITULO V

ALGUNAS CONSIDERACIONES
Y RECOMENDACIONES PARA UNA
PROPUESTA DE CAPACITACION
PARA LA RADIO MEXICANA.

1. EL VALOR DE LOS RECURSOS HUMANOS EN UNA ECONOMIA ABIERTA.

"Se lo dije a los japoneses, se lo digo a ustedes ahora: no veo razón alguna para que las organizaciones mexicanas no puedan llegar a ser las mejores, altamente competitivas en el mundo, lo tienen todo. Nuevo equipo no es la solución, sino aprender a mejorar la calidad y la productividad con lo que se tiene"¹

"... Capacitar en el área técnica, para que la gente pueda hacer las cosas; en el área humanística, para que quiera hacer las cosas; y en el área cívica, para que tenga que hacer las cosas..."²

A través de los tres últimos capítulos de esta investigación se ha recorrido de manera cronológica, la trayectoria que han seguido los diversos esfuerzos por proporcionar y establecer un sistema permanente de capacitación radiofónica en los niveles técnico y productivo, hasta llegar al nacimiento del Instituto de Capacitación de los empresarios de la industria de la radio: el ICIRT.

Pero resulta imposible concluir un trabajo de esta naturaleza sin efectuar una evaluación que, al mismo tiempo, proporcione -a manera de recomendación- líneas de

¹ Palabras del Dr. W. Edwards Deming -el hombre que enseñó a los japoneses los métodos para incrementar la calidad de sus productos y la productividad de sus empresas- durante una conferencia en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, en Zacatecas. Cit. por Hernández y Rodríguez, Sergio, "Productividad, calidad y capacitación, Modelo de Sistema de Reparto de Bono de Productividad", en: Revista Laboral, No. 17, México: febrero de 1994, p. 28.

² José Antonio Paczka, "Motivación para los jóvenes universitarios", en: II Seminario de Radio y Televisión, Comisión Juvenil de la CIAT, 24 de marzo de 1993.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

acción a seguir por los sectores involucrados en la problemática de la capacitación radiofónica, la cual, ciertamente, apenas empieza a vislumbrar un camino más claro y definido.

Como quedó establecido desde el principio de este trabajo, la capacitación no representa en sí misma la solución a todos los problemas que aquejan a la radiodifusión concesionada de México. Su importancia surge en el marco de las transformaciones de carácter neoliberal que se han acentuado en nuestro país desde la década pasada.

Es decir, el valor de la capacitación como el vehículo que puede reconciliar los intereses obrero-patronales; estimular el flujo de bienes y servicios eficientes y de calidad; aumentar las ganancias, a largo plazo, de los empresarios; incrementar el crecimiento económico del país; y mejorar el nivel de vida de los trabajadores y del resto de los miembros de la sociedad mexicana, se ubica en el contexto de la apertura económica nacional y de la adopción de nuevos esquemas de competencia comercial.

La economía cerrada caracterizada por las altas barreras arancelarias y restricciones a la importación, los fuertes apoyos financieros a todos los sectores industriales y el papel protagónico del gobierno en la economía nacional, inició su proceso de descomposición una vez que el gobierno del presidente Miguel de la Madrid

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

Hurtado apostó su proyecto de desarrollo a la liberalización económica, en 1982.

Tal apertura económica, como se explica en el capítulo I, fue continuada y consolidada, en una segunda fase que incluyó la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre México, los Estados Unidos y Canadá -en 1994-, por la administración de Carlos Salinas de Gortari. Y se espera siga el mismo rumbo después de que el candidato priísta, Ernesto Zedillo Ponce de León, tome posesión como nuevo presidente de México.

Con la adopción del libre comercio como estrategia de desarrollo, el gobierno mexicano, desde mediados de los años ochenta, ha buscado, simultáneamente, el crecimiento económico eficiente y la eliminación de los desequilibrios que generó el modelo de sustitución de importaciones.

Un crecimiento económico que se ha basado en la expansión de mercados externos para los productos nacionales, incentivando la asignación eficaz de los recursos con los que cuenta el país y aprovechando las ventajas comparativas de las que goza la economía para enfrentar mercados altamente competitivos.

Para el aparato industrial mexicano, la apertura económica ha significado "un cambio profundo pues la presencia de la competencia internacional dentro del país y la necesidad de encontrar nuevos mercados en el exterior para su producción hacen imposible que sobreviva si no se

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

produce en términos de alta calidad y buen precio, y en condiciones semejantes a las que privan en el resto del mundo.

"De esta manera, la transformación de la estructura industrial va a adquirir formas e intensidades muy diversas tales como la introducción de nuevas tecnologías, cambios en las estructuras organizacionales, modificaciones en el producto y en el proceso productivo; cambios en la provisión de insumos y en la distribución del producto; la búsqueda de nuevas relaciones con una fuerza de trabajo diferente en actitudes y calificaciones; e incluso, en casos extremos, la quiebra".³

Hoy la apertura económica, las nuevas reglas de la libre competencia, ya han sido delineadas por las acciones, acuerdos y objetivos de los dos últimos gobiernos. La industria no estará ya protegida ni subsidiada por el Estado, como lo estuvo antaño.

Ahora, es el turno de los empresarios y de los líderes de las diferentes organizaciones industriales del país, de asumir las responsabilidades que les corresponden en el marco de la transición de una economía cerrada a una economía abierta, y en la búsqueda de un crecimiento sostenido que proporcione beneficios a todos los sectores de la sociedad mexicana de mayores niveles de bienestar y aumento en la calidad de vida de los mexicanos.

³ Jaime, Edna y Barrón, Luis, Lo hecho..., Op. cit., p. 63 y 64.

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

Es importante tener en cuenta que en las economías abiertas el crecimiento depende, centralmente, de la actividad empresarial.

A) UNA ESTRATEGIA PARA LA COMPETENCIA: LA CALIDAD TOTAL.

Hasta 1992 las empresas mexicanas que habían enfrentado con éxito, dentro de sus respectivas divisiones industriales, la nueva realidad económica, aprovechando las oportunidades que les empezó a ofrecer la integración de un mercado abierto a la competencia, de acuerdo con un estudio del Centro de Investigación para el Desarrollo, A.C. (CIDAC)⁴, alcanzaron una posición destacada gracias a los cambios que introdujeron en seis rubros específicos:

1. Profesionalización de los sistemas administrativos y contables de la empresa. Una de las constantes que se encontraron en las empresas que han enfrentado con éxito las nuevas realidades económicas del país, es una administración profesionalizada, menos informal y radicalmente opuesta a las administraciones de tipo "familiar" del pasado, las cuales se podían descapitalizar de acuerdo con las necesidades inmediatas del grupo familiar.

Una administración acorde con los requerimientos de

⁴ "Las empresas mexicanas en proceso de transformación", en: *Ibidem.*, pp. 132-157.

una economía abierta, con estrictos controles contables y administrativos de todos los procesos interiores a la empresa, para facilitar los flujos de información de tal modo que el gerente pueda identificar con rapidez las partes del proceso productivo que no están funcionando correctamente.

2. *Orientación al mercado.* En una economía abierta, el centro de atención de las empresas que pretenden mantenerse con vida y con un nivel de ganancias considerable, debe de ser el mercado. De hecho, en este marco económico el mercado constituye la razón de ser de la empresa, la cual basa su existencia en la medida en que satisfaga, competitivamente, necesidades concretas de la sociedad.

En este sentido, los tres elementos clave de la orientación al mercado son: el diseño de productos tomando en cuenta la demanda de los consumidores; la diferenciación del producto respecto a la competencia para obtener una posición privilegiada dentro del mismo mercado; y la vinculación o creación de una efectiva red de distribución del producto.

3. *Selección y uso de tecnología.* Para algunas empresas micro y pequeñas, así como para las medianas y grandes, el cambio de la tecnología utilizada ha significado un medio eficaz para aumentar su nivel de productividad, reducir sus costos, mejorar sus niveles de calidad y diseños, y, en general, para incrementar la competitividad de las em-

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

presas que con este cambio ahora pueden ofrecer un mayor número de productos, en menos tiempo, con más calidad y a bajo costo.

4. *Búsqueda de fuentes de financiamiento.* La necesidad de otras empresas, ante la liberalización económica del país, de capitalizarse para financiar la transformación de su estructura y funcionamiento, con el fin de incrementar su competitividad, las ha llevado a localizar diversas fuentes de financiamiento. En esta búsqueda, la experiencia de algunas empresas mexicanas ha puesto de manifiesto que los recursos -internos y externos- sólo fluirán hacia las empresas financieramente sanas y hacia aquellas alternativas de inversión que sean más rentables.

5. *Organización interindustrial.* Otro elemento importante utilizado por las empresas que han aprovechado la apertura económica para mejorar su posición en el mercado, es la orientación interindustrial; esto es la existencia de vínculos productivos entre empresas de diversos tamaños y sectores.

En la impostergable necesidad de instrumentar fórmulas que permitan asegurar un lugar en un mercado más competido, se han establecido vínculos de esta naturaleza, especialmente para la provisión de insumos, entre empresas que no podían elaborar productos finales de calidad y empresas que si lo podían efectuar pero que tenían obstáculos para obtener sus insumos. De esta manera, las primeras optaron por producir tales insumos.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

6. *Atención a los recursos humanos.* La apertura de la economía ha significado un cambio fundamental al papel asignado a la capacitación y al reentrenamiento dentro del proceso productivo. La capacitación está actualmente ligada con la sofisticación tecnológica y a la destreza requerida por los trabajadores para su eficiente utilización. Por esta razón, los programas de capacitación ocupan un lugar preponderante en toda estrategia de ajuste y reestructuración empresarial.

La experiencia de diversas empresas analizadas demostró que un personal motivado y capacitado puede lograr incrementos en la productividad que no serían posibles con la mera inyección de capital adicional.

Ahora bien, además de estas modificaciones, muchas otras empresas mexicanas han optado, también, por poner en práctica los principios de la filosofía de la **CALIDAD TOTAL** como la estrategia principal para enfrentar mercados altamente competidos, en la época del cambio, la calidad, la excelencia y la productividad.

La **Calidad Total** -como ya se mencionó- es una estrategia empresarial, de corte humanista, que en su acepción moderna se desarrolló a partir de la Segunda Guerra Mundial en Japón, uno de los países que no obstante los estragos de la derrota sufrida en esta guerra, se empeñó en intensificar su actividad exportadora y en transformar sus productos baratos y de baja calidad en artículos altamente competitivos a nivel internacional.

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

Tradicionalmente, el control de la calidad de los productos de cualquier empresa se efectuaba al final del proceso de producción, como una inspección de los artículos antes de que salieran al mercado. Por medio de este proceso los empresarios podían saber cuáles productos eran buenos y cuáles defectuosos. Y cuando éstos últimos eran identificados, se volvían a procesar o bien, eran desechados.

Con la intervención de investigadores especialistas en la materia, como Joseph Juran, Armand Feigenbaum, Philip B. Crosby y, particularmente, de Edward W. Deming, se llegó a concluir que esta práctica es *inoperante* porque no mejora la calidad de los productos pues sólo descubre cuáles son buenos y cuáles no; es *costosa* porque conlleva a cubrir gastos de un departamento de Control de Calidad que en realidad no produce y a asumir los dispendios de los productos defectuosos que se deben de desechar y de los mismos que es necesario volver a procesar; y, además, disminuye la *moral de los trabajadores*, pues hace parecer que el producto defectuoso es resultado de su trabajo y no del mal funcionamiento del sistema de producción.⁵

De esta manera, fue a partir de los estudios del Dr. Edward Deming, cuando se acuñó el concepto moderno del Control Total de Calidad.

⁵ Gutiérrez, Mario, Administrar para la Calidad. Conceptos administrativos del control total de calidad. Ed. Limusa-Centro de Calidad ITESM, México: 1994, cuarta reimpression, p. 71.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Para Deming la atención no se debe poner en el producto final, sino en el propio proceso de producción, el cual debe concebirse en el marco de un mejoramiento constante y permanente: detectando defectos y diseñando las acciones correctivas correspondientes para prevenirlos en adelante.

Con el mejoramiento continuo del proceso de producción es posible alcanzar la calidad total. Asimismo, es posible, también, disminuir los costos puesto que es menor el reprocesamiento, menores los errores, las demoras y los obstáculos, y mayor el aprovechamiento que se hace de las máquinas, el tiempo y los materiales. Esto, a su vez, eleva los niveles de productividad de las empresas y permite capturar mercados más grandes con mejor calidad y con precios bajos, lo cual determina, en el último de los casos, la permanencia de las empresas en el mundo de los negocios y contribuye a conservar las fuentes de trabajo que requiere la sociedad.

Es decir, de acuerdo con la nueva filosofía de la Calidad Total, el control de la calidad de los productos más que una inspección final, debe ser la introducción de un proceso de mejoramiento de todo el proceso de producción, desde el diseño, pasando por la fabricación y concluyendo con los servicios posteriores a la venta.

Si antes este *control* se reducía a la actividad de supervisión, ahora, en el contexto de mercados cada vez más competidos, significa *prevenir* y, por lo tanto, utili-

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

zar todas las medidas o recursos para *vigilar y verificar* que todo el proceso de producción se ajuste a los estándares establecidos con el fin de lograr un producto de calidad, un producto que le sea útil al consumidor.

En tiempos neoliberales, de la globalización, el libre comercio y la apertura económica, la calidad de un producto se halla íntimamente relacionada con la utilidad y el servicio que proporciona al cliente, al usuario, en apoyo a su bienestar. Esto "es contrario -según explica el Dr. Mario Gutiérrez, miembro del Centro de Calidad, de la División de Graduados e Investigación del Campus Monterrey del Sistema ITESM- a la forma como piensan y obran personas que abusan de la buena fe de los clientes para obtener ganancias indebidas. Estas personas en lugar de servir a los clientes, se sirven de ellos.

"Si no se tiene en cuenta que lo más importante es dejar al cliente satisfecho y responder a sus expectativas, fácilmente nos vemos tentados a utilizar materiales de baja calidad con el pretexto de bajar el precio; subir indebidamente el precio con el fin de lograr ganancias fáciles y rápidas; y a permitir que los empleados trabajen "*como puedan*", sin darles la preparación debida. Criterios de esta naturaleza -agrega el Dr. Gutiérrez- han causado grandes daños a la economía de las personas; y a veces no sólo a la economía, sino también a la salud, a los recursos naturales del país y al

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

medio ambiente".⁶

Tomando en cuenta los principios de esta filosofía, la calidad de un producto está determinada por los beneficios que proporciona a sus usuarios. Este principio de *calidad* también ha sido aplicado a la producción de servicios: bienes no materiales. En el caso de los servicios, la calidad tiene que ver con su eficiencia; es decir, con la rapidez, la puntualidad en el cumplimiento de la fecha establecida, la simplicidad de los trámites, la buena atención, etc.

Para alcanzar tal *calidad*, el Dr. Deming propuso la introducción de un proceso de mejoramiento continuo en la producción de bienes materiales y no materiales.

El mejoramiento continuo se puede lograr por medio de cuatro pasos que fueron delineados por el Dr. W. A. Shewhart y actualmente son conocidos como el "*Círculo de Deming*", *PHVA* o círculo de calidad, el cual está integrado por las acciones siguientes:

- * *P* *planear* lo que se tiene que hacer;
- * *H* *hacer* lo planeado;
- * *V* *verificar* los resultados;
- * *A* *actuar* de acuerdo con la evaluación: introduciendo en el proceso la mejora que se ha visto es necesario hacer o rectificando el plan y los procedimientos de trabajo cuando los resultados obtenidos no correspondan con los esperados.

⁶ Gutiérrez, Mario, *Nociones de Calidad Total. Conceptos y herramientas básicas*. Ed. Limusa, México: 1993, p. 44.

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

Estos pasos integran un proceso que inicia con la planeación y termina -como se aprecia- con la planeación. Funcionan como un círculo que no debe dejar de girar, que "nunca debe terminar; ya que siempre habrá nuevas necesidades que cubrir, nuevos requerimientos de los clientes a satisfacer, nuevos materiales y nuevas tecnologías que usar, a fin de mejorar constantemente".⁷

De la misma manera, la aplicación del "Círculo de Deming" a cualquier proceso de producción de bienes y servicios, implica terminar con la toma de decisiones basadas en las corazonadas, suposiciones y las experiencias personales de quienes se encargan de ello en una empresa, para ver qué resultados se obtienen.

Actualmente, cualquier empresario que aspire a sobrevivir en mercados de elevados niveles de competencia, debe primero planear, es decir, ubicar las opciones que tiene y las ventajas y resultados que cada una de ellas puede reportar. Paso seguido, debe llevar a la práctica el plan delineado. Posteriormente, para conocer con certeza si lo planeado puede contribuir a mejorar los procesos a los que ha sido aplicado, es necesario: identificar los resultados obtenidos; comparar dichos resultados con las metas planeadas; y analizar cuáles fueron los factores de éxito y cuáles los que originaron las fallas, en caso de que las hubiera habido. Por último, a partir de la verificación se decide qué medidas se aplicarán al proceso definitivamente, con el fin de mejorarlo, y cuáles no.

⁷ Ibidem., p. 66.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

En el caso concreto del proceso de producción, la planeación incluye conocer las expectativas y necesidades de los consumidores de un producto determinado, su diseño de acuerdo con tales expectativas y la elección de los métodos y la tecnología que se utilizará para el logro de estos fines.

La segunda etapa corresponde a la fabricación misma del producto. En ella se realizan modificaciones para adaptar a los trabajadores -a través de capacitación específica- y a la tecnología usada, con el propósito de suprimir las causas que pueden provocar errores o defectos en el producto.

La verificación del producto -tercera etapa del círculo de calidad- se efectúa en el mercado, cuando se pone a la venta a los consumidores y posibles usuarios.

En tanto, la última fase de este proceso se realiza por medio de la investigación de las reacciones de los usuarios del producto, para saber qué piensan de él, por qué unos lo compran y otros no, poniendo énfasis especial en el grado de aceptación que ha tenido la reciente innovación. A partir de esta fase se vuelve a iniciar el proceso con el rediseño del producto, tomando en cuenta la información recabada en esta investigación.

El "Círculo de Deming" o círculo de calidad es, pues, el proceso "a través del cual se establecen constantemente nuevos estándares de calidad con el propósito de que éstos

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

vuelvan a ser revisados y reemplazados por estándares mejores... No es posible el progreso, si no se admite que toda situación es perfectible".⁸

Condición indispensable para alcanzar la calidad total en cualquier empresa que aspire a elevar su nivel de competitividad, es la instrumentación del mejoramiento continuo -basado en la aplicación del ciclo de calidad- en todos los procesos y en cada una de las fases de los procedimientos que se llevan al cabo en los diversos departamentos que conforman a la organización, y con el esfuerzo y el compromiso de todo el personal de la misma.

Para ello, es necesario tener presente que a partir del nuevo concepto de control de calidad, *cliente* no es sólo aquel que en última instancia recibe el bien o el servicio, sino también lo son los departamentos o las personas que son depositarias del trabajo -transformación de insumos- de quienes se encuentran en el proceso anterior.

Así por ejemplo, el departamento de diseño es *cliente* del departamento que estudia las reacciones de los consumidores y es *proveedor* del departamento de fabricación, y así sucesivamente, hasta cerrar el círculo de calidad, donde se interrelacionan procesos parciales susceptibles, también, de ser mejorados continuamente hasta alcanzar niveles de calidad que repercutan en la calidad total de la empresa.

⁸ Gutiérrez, Mario, Administrar para..., Op. cit., p. 107.

B) LA CAPACITACION DE LOS RECURSOS HUMANOS: BASE DE LA CALIDAD TOTAL.

Sin embargo, para lograr el pleno establecimiento del modelo moderno de Calidad Total en cualquier tipo de organización empresarial, es indispensable empezar por preparar a los recursos humanos que la integran; esto es, directivos y empleados en quienes debe existir conciencia de la responsabilidad que implica el comprometerse con la filosofía del mejoramiento continuo, de la calidad.

Nada de lo que hasta aquí ha sido expuesto, en el presente capítulo, puede llevarse a la práctica si en principio no se elaboran programas de capacitación para todos los niveles de la organización, de largo plazo, que estimulen no sólo las destrezas de tareas determinadas, sino también que proporcionen educación sobre calidad total y para el uso adecuado de las herramientas del Control Estadístico del Proceso (CEP), mediante el cual se obtiene información objetiva que permite verificar y vigilar todo el proceso de producción con base en métodos estadísticos y no a partir de suposiciones o corazonadas.

Corresponde al dueño o dueños de las empresas, al director general y al consejo directivo de las mismas -alta dirección- como parte de las decisiones fundamentales que deben de tomar para administrar mejor sus organizaciones, optar, en primer término, por la calidad total como estrategia comercial de la empresa y,

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

posteriormente, emprender las medidas necesarias para hacer realidad este compromiso, entre las que se encuentran:

- * Aprender a administrar para la calidad y no sólo para la ganancia y la producción.
- * Identificar cuáles son los problemas que se presentan en la organización en relación con la planeación, control y mejoramiento de la calidad.
- * Generar un plan organizacional para implantar el nuevo concepto de control de calidad.
- * Establecer y difundir las políticas de calidad de la empresa.
- * Desarrollar programas de educación que formen a los líderes que coordinen los esfuerzos de mejoramiento de la calidad a lo largo y a lo ancho de la compañía.
- * Verificar y revisar, cuando sea necesario, las actividades destinadas a asegurar la calidad de los procesos del producto mismo.
- * Promover una cultura en la organización que propicie que los programas de calidad tengan éxito.⁹

Asimismo, como responsable del sistema, la alta dirección debe modificar la organización administrativa tradicional de la empresa. Para que los programas de control total de calidad puedan tener éxito, la empresa debe transformar al sistema de administración centralizado, vertical e individualista en un nuevo modelo capaz de promover la integración, la participación, el

⁹ Gutiérrez, Mario, *Nociones...*, Op. cit., p. 203.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

compromiso y la responsabilidad de todos sus miembros; un modelo de administración en donde se reconozca, además, al recurso humano y a su talento como lo más valioso que posee la organización empresarial.

En el mismo sentido y como parte de dicho reconocimiento, es importante también dar por hecho que los empleados son seres capaces de asumir la responsabilidad de mantener el mejoramiento continuo dentro de su área de acción; de aplicar correctamente las herramientas para el control estadístico de la calidad total; de plantear propuestas y de tomar decisiones que coadyuven a elevar la calidad de su área de competencia.

Cuando los integrantes de una organización participan en forma activa en la solución de los problemas que les competen, desarrollan actitudes y sentimientos -apunta nuevamente el Dr. Gutiérrez- que redundan en beneficio de la propia empresa, pues:

- * experimentan la satisfacción legítima de haber colaborado en el mejoramiento del proceso y en la mejoría del producto final de la empresa;
- * se va formando entre todos ellos una mentalidad común, un lenguaje común que les permite comunicarse y entenderse con mayor facilidad en relación con el mejoramiento global de la empresa;
- * los trabajadores desarrollan su habilidad para identifi-

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

car y resolver problemas con una metodología objetiva y adecuada.¹⁰

Por supuesto, estos cambios dentro de la organización empresarial implican, también, la necesidad de efectuar modificaciones en la mentalidad de todas las personas que la integran. Cambios en la mentalidad de los altos directivos para asumir los retos y compromisos que plantean los mercados abiertos a la competencia y el establecimiento de la filosofía de la Calidad Total; cambios en la mentalidad de los niveles medios para estimular el mejoramiento continuo; y cambios en la mentalidad de los trabajadores, quienes finalmente son los encargados de mantener la dinámica del mejoramiento dentro de la empresa.

Por esta razón se requiere del diseño de programas de capacitación permanente. El cambio no puede darse si no es a través del entrenamiento del personal, para que pueda desempeñar correctamente sus funciones, y por medio de la educación en materia de calidad total, para que pueda entender por qué debe efectuar bien sus tareas.

Sin embargo, los efectos positivos de la capacitación no se manifiestan de manera clara en un plazo corto, por eso se requiere de constancia y permanencia en la aplicación de tales cursos. Capacitar no es entrenar al personal a través de cursos esporádicos y desarticulados.

¹⁰ Ibidem., p. 210.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Capacitar es enseñar a los trabajadores a pensar, a comprometerse en la toma de decisiones que conlleven a mantener el mejoramiento continuo. Capacitar es el proceso mediante el cual se eleva la calidad de los recursos humanos, para que, posteriormente, sean capaces de actuar con calidad.

De ello se dio cuenta el Dr. Edward Deming cuando sintetizó sus enseñanzas y experiencias relacionadas con la calidad total en 14 puntos, en los que:

* destaca el papel -congruente y constante- de la alta dirección en cuanto a su ineludible responsabilidad con la calidad total y el diseño de planes de acción para llevar a la práctica esta filosofía, la cual está encaminada a aumentar los niveles de competitividad de las empresas, para que éstas puedan permanecer en el mundo de los negocios y mantener las fuentes de empleo, en el marco de una nueva era económica en la que los administradores tienen que actuar como líderes con respecto a los cambios que deben enfrentar y a las nuevas responsabilidades que deben de asumir;

* enfatiza la necesidad de poner fin a prácticas como el control de calidad por medio de la inspección final de los productos y la reducción de costos a partir de la utilización de insumos baratos y de baja calidad; prácticas que deben ser sustituidas por el mejoramiento continuo del sistema de producción y de los servicios;

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

* plantea la importancia de establecer una nueva administración empresarial, basada en la institucionalización del liderazgo -como la vía para guiar a los trabajadores a realizar mejor su labor-, la participación activa de los empleados, la permanente interrelación de los diferentes departamentos y áreas y la supresión de todo aquello que impida al trabajador sentir orgullo por un trabajo bien hecho;

* y subraya el valor de los programas de educación y entrenamiento (capacitación) en métodos y nuevas tecnologías, en técnicas estadísticas y en técnicas de trabajo en equipo, tanto para los administradores como para los trabajadores de toda empresa que pretenda orientarse hacia la calidad total para aumentar su productividad, reducir los costos totales y el precio del producto y, por tanto, asegurarse un lugar en los mercados más competidos.

Asimismo, también los japoneses comprendieron el valor que posee la capacitación de los recursos humanos para enfrentar eficientemente los retos y las oportunidades que plantea una economía abierta.

En este sentido, en Japón desde el fin de la Segunda Guerra Mundial se empezó a desarrollar un nuevo sistema de educación obligatoria que se prolongó a nueve años. Al mismo tiempo, se estimuló el diseño y la aplicación de programas educativos, muy detallados, en control de calidad, con las siguientes características:

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

a. *Dentro de la empresa.* Los programas de educación en control de calidad fueron elaborados, en principio, por organizaciones especializadas para aplicarse en las empresas, aunque no siempre respondían a las necesidades específicas de cada industria. Por esta razón cada organización empresarial podía elegir, de estos programas, el que más se adecuara a sus necesidades o bien, desarrollar sus propios textos y programas de capacitación para todos sus empleados.

b. *Para cada nivel.* Los programas educativos en control de calidad desde el inicio han abarcado todos los niveles de las empresas: presidente y directores, directores administrativos, jefes de división y sección, ingenieros, supervisores, promotores de círculos de calidad, dirigentes y miembros de círculos de control de calidad, obreros de línea, así como para las divisiones de mercadeo y compras. (Ver Cuadro 33)

c. *A largo plazo.* El Curso Básico de Control de Calidad diseñado por la Unión de Científicos e Ingenieros Japoneses -JUSE por sus siglas en inglés-, que ha servido de modelo para el resto de los cursos japoneses en la materia, tiene una duración de seis meses con reuniones de cinco días al mes. Los participantes estudian una semana y luego regresan al sitio de trabajo, donde aplican lo aprendido durante tres semanas. Los datos que deben utilizar en su estudio están en el mismo lugar de trabajo. Posteriormente, regresan a la siguiente sesión del curso de instrucción, con los resultados de sus tres semanas de práctica.

CUADRO No. 33

PROGRAMA JAPONES PARA LA EDUCACION EN CALIDAD TOTAL, 1993.						
PERSONAS ----- TEMAS	Alta Dirección	Dirección Intermedia	Ingenieros	Supervisores	Personal Administra- tivo	Trabajado- res en general
Conceptos de Calidad Total	USAR	USAR	USAR	USAR	USAR Y DOMINAR	USAR
Técnicas de Calidad Total	USAR	USAR	DOMINAR	DOMINAR		USAR
Métodos Estadís- ticos	USAR	USAR	DOMINAR	USAR	USAR	USAR
Asegura- miento de la calidad	COMPRENDER	USAR	DOMINAR	USAR	COMPRENDER	COMPRENDER
Desarrollo del producto	COMPRENDER	COMPRENDER	DOMINAR		USAR Y COMPRENDER	
Responsa- bilidades respecto a la calidad total	DOMINAR	DOMINAR	DOMINAR	DOMINAR	DOMINAR	DOMINAR
Círculos de calidad	COMPRENDER	USAR	COMPRENDER	DOMINAR	COMPRENDER	USAR Y DOMINAR
Introduc- ción de un nuevo producto	USAR	COMPRENDER	DOMINAR	USAR		
NIVEL DE EDUCACION: * Comprender * Usar * Dominar						

Fuentes: JUSE, JSA y Compañías del Premio Deming. Cit. en Gutiérrez, Mario, *Nociones*, Op. cit., p. 76

d. *Continuación indefinida.* Los cursos en control de calidad en el Japón se han impartido desde 1949 ininterrumpidamente. Año tras año se agregan cursos al esfuerzo educativo total. Cada persona envejece un año y cada año ingresan nuevos empleados en las organizaciones. Por ello, es necesario continuar indefinidamente este esfuerzo educativo encaminado a cubrir los requerimientos de cada empresa y de sus empleados.

e. *Mayor educación en el trabajo.* La educación no termina al reunir a los empleados para darles instrucción formal. En el mejor de los casos, tal instrucción ha representado sólo una pequeña porción de su educación total. En el otro extremo se ubica la educación en el trabajo. Es responsabilidad del jefe enseñar a los subalternos en el trabajo mismo. Además, tiene que aprender a delegar autoridad. Lo que le corresponde es dar las pautas generales y luego permitir que los subalternos trabajen voluntariamente. Esta es la mejor manera -aseguran los japoneses- para lograr que la gente se supere.¹¹

Como resultado de estos esfuerzos, actualmente Japón no sólo posee uno de los niveles de educación más altos del mundo: más del 99% de los niños terminan la escuela media, equivalente a la instrucción secundaria de México, sino además posee una de las industrias más competitivas en los mercados internacionales: "el pueblo tiene un buen nivel educativo y esto facilita la tarea de educar a los

¹¹ Ishikawa, Kaoru, ¿Qué es el control total de calidad?. La modalidad japonesa. Ed. Norma, Colombia: 1992, pp. 34 y 35.

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

empleados. Las industrias japonesas han tenido éxito porque han podido brindar educación eficaz y entusiasta en el campo del Control de Calidad para todos los empleados, incluyendo a los altos gerentes y los obreros de línea, propiciando en ellos un cambio de mentalidad hacia la calidad total", asegura el Dr. Kaoru Ishikawa, promotor del modelo de control total de calidad japonés.¹²

Y en años recientes algunos estudiosos y empresarios mexicanos, también, han empezado a reconocer la importancia de la capacitación no sólo como el principal vehículo para estimular el cambio de mentalidad en los integrantes de las empresas, sino además como el medio que puede contribuir a elevar el nivel de competitividad de las mismas y, por lo tanto, asegurar su permanencia en el mundo de los negocios.

Así lo demuestran declaraciones como las del Dr. Mario Gutiérrez, miembro del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Monterrey:

"Las compañías que tienen más éxito están comprometidas con la educación y el entrenamiento, en tal forma que consideran los programas de educación y entrenamiento de la más alta prioridad. Por eso, los promueven insistentemente y facilitan el que participe en ellos el mayor número de las personas que trabajan en la empresa. Las razones básicas para intensificar los programas educativos son la supervivencia de la empresa, su participación en el mercado y, por tanto, las ganancias"¹³

¹² Ibidem., p. 32.

¹³ Gutiérrez, Mario, *Nociones de...*, Op. cit., p. 73.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Y también así lo expresan las palabras de Rodrigo Plancarte, subdirector de Calidad Total del Grupo Alfa de Monterrey:

"... Las empresas deben poner más atención a los factores humanos. Las barreras para un uso efectivo de los cuatro aspectos (atención al centro de la actividad de las empresas, uso y comprensión de lo que significan los tiempos comprimidos, mejoramiento continuo y colaboración entre compañías) se encuentran más ampliamente localizadas en lo social que en lo estratégico. Esto es, si las compañías desean por ejemplo, mantener en un buen nivel sus competencias centrales, es decir sus esfuerzos, entonces requieren dar a su personal los conocimientos y las destrezas necesarias para mantener los niveles de competitividad deseados.

Recientemente me encontré en la revista *Fortune* un artículo en donde se describían las tendencias a seguir por las empresas modernas en el resto de la década y lo sorprendente fue el descubrir que la mayoría de los aspectos tienen que ver con el lado humano de las empresas y su permanencia como elemento fundamental para competir en el entorno actual y futuro.

La conclusión es evidente: la persona pasa a ser el principal protagonista de la historia y hacia ella deben dirigirse los focos de atención de las compañías, si éstas desean mantenerse competitivas a largo plazo"¹⁴

14 Plancarte, Rodrigo, "Compita para prestar servicios excelentes". Cit por Gutiérrez, Mario, *Ibidem.*, pp. 79 y 80. El subrayado es mío.

2. CAPACITACION PARA LA CALIDAD TOTAL EN LA INDUSTRIA RADIOFONICA NACIONAL.

La radio como industria nacional y medio de difusión masiva, inevitablemente se encuentra inmersa y sometida a las leyes del mercado que la revolución neoliberal ha encumbrado en el centro de la economía nacional e internacional.

Por un lado, como parte del aparato productivo del país, la industria radiofónica no puede permanecer ajena a las transformaciones de la economía nacional. No puede mantenerse al margen, impasible, ante el establecimiento de nuevos parámetros de productividad a partir del Acuerdo Nacional para la Elevación de la Productividad y la Calidad (ANEPC) y la firma -el 3 de octubre de 1993- del Pacto para la Estabilidad, la Competitividad y el Empleo (PECE)¹⁵; ante la integración económica de México a la época de la calidad y la excelencia, a la era de hacer bien las cosas, de fabricar y producir servicios que satisfagan los gustos y las necesidades más exigentes; y ante la apertura del mercado nacional a dos de las economías más fuertes del mundo: Estados Unidos y Canadá, con la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio (TLC).

¹⁵ En el marco de este evento, los sectores obrero y patronal, conjuntamente con las autoridades, acordaron el establecimiento de bonos de productividad y calidad del 2% sobre el salario de los trabajadores, mediante convenios entre empresas y sindicatos, con base en el artículo 153 "A" de la Ley Federal del Trabajo, el artículo relativo a la capacitación.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Así como tampoco puede permanecer inalterable como medio de difusión masiva ante los avances de las nuevas tecnologías de información. El sueño romántico de don Emilio Azcárraga Vidaurreta, en el que la radio, por ser el único medio de difusión de la época, dominaba el mercado de mensajes sin tener que enfrentar competencia alguna, ha terminado.

Al despertar de los años 90 ya no es el mismo. Los sistemas digitales se acercan, cada vez más, a la cotidianidad del ser humano, como hace más de 60 años lo empezó a hacer la radiodifusión en México.

El mercado de la difusión se ha hecho más complejo y más competido. Y la iniciativa de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) con respecto a la realización de las primeras pruebas -en abril y mayo de 1993- de Radiodifusión Sonora Digital en México y América Latina¹⁶, es importante, pero no suficiente.

Es necesario ir más allá, adelantarse al futuro y empezar por ofrecer a los escuchas un producto de calidad que reporte mayores niveles de audiencia y, como consecuencia de ello, se generen mayores ganancias publicitarias.

El proceso de instalación de la Radiodifusión Sonora Digital, tomando en cuenta los acuerdos de CAMR-92, culminará hasta entrado el siglo XXI. De aquí a esa fecha,

¹⁶ Ver capítulo I, "Avances tecnológicos".

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

la radiodifusión comercial bien puede iniciar -al igual que ya lo han hecho otras empresas nacionales- un proceso de transformación que gire en torno a la integración de la filosofía de la Calidad Total a esta industria, a partir de sus características y sus necesidades específicas, como la estrategia de competencia que le permita elevar sus ganancias comerciales y asegurarse un lugar en mercados de altos niveles de competencia, a través de la producción de un bien no material de calidad.

Un proceso de transformación que incluya, además, el establecimiento del mejoramiento continuo en el proceso de producción de los mensajes radiofónicos, como la vía más idónea, precisamente, para:

- * elevar la calidad de las transmisiones;
- * evitar el desgaste de fórmulas programáticas que por algún tiempo logran captar millares de oyentes, "pero que al paso de los meses, van deteriorando su imagen de impacto y frescura, de simpatía y comunicación, convirtiéndose en mecánicas, descuidadas y aburridas"¹⁷,
- * y terminar con lo que el creativo Ramiro Garza llama *el virus de la radiodifusión*: la rutina, "que no es otra cosa que la repetición desangelada de frases, voces, noticieros y música machacona. Lo que fue llamativo, ahora es pálido y monótono"¹⁸.

Pero sin duda, al igual que en muchas otras áreas del

¹⁷ Garza, Ramiro, "La rutina es el virus que acaba con la radiodifusión", en: El Universal, Sección de Espectáculos, México: 26 de agosto de 1994, p. 1.

¹⁸ Ibidem.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

aparato productivo, el establecimiento del mejoramiento continuo y del control de calidad, plantea retos y oportunidades a la industria radiofónica.

Para poder aspirar a sobrevivir en mercados económicos y de difusión cada vez más competidos, es necesario que la radio comercial empiece por cambiar la mentalidad de los dueños de las emisoras y de sus empleados.

En los primeros, es necesario cambiar la mentalidad de la ganancia rápida, fácil e ilimitada, en la que se invierte poco en cuanto a la calidad de la materia prima y los recursos humanos; la mentalidad poco profesional, a la que no le interesa conocer las necesidades de sus clientes -escuchas y anunciantes-, y en la que la toma de decisiones se efectúan, aún hoy, por corazonadas, suposiciones basadas sólo en las experiencias de algunas personas o de otras emisoras más arriesgadas.

Modificarla por una mentalidad nueva, actual, competitiva, que permita elaborar planes de crecimiento a corto, mediano y largo plazo; estimular el bienestar personal de sus empleados y clientes; y fomentar la cultura de la calidad a través del establecimiento de una nueva organización administrativa, dinámica, donde la participación activa del personal y la interrelación entre sus diversos departamentos sean la regla y no la excepción.

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

Por lo que se refiere a los empleados, el cambio de mentalidad debe centrarse en la modificación de actitudes poco participativas, conformistas, apáticas e inmutables, producto de una labor rutinaria y repetitiva impuesta de manera vertical, de la cabeza a las manos, de los directivos a los trabajadores. En su lugar, debe prevalecer una mentalidad dinámica, abierta, capaz de dar lugar actitudes de calidad, de responsabilidad y compromiso hacia una labor de la que cada trabajador pueda sentirse orgulloso.

De la misma manera, el establecimiento de la filosofía de la Calidad Total, requiere de la transformación de la organización administrativa de la empresa radiofónica: de aquella tradicional, en la que los directivos toman las decisiones y los empleados las ejecutan, sin tener una participación activa o propositiva, a una moderna, donde se pueda efectuar trabajo de equipo, responsable y comprometido con la empresa, sin las barreras del temor o la indecisión que pueden frenar una propuesta novedosa orientada a mejorar los procesos que se realizan en estas empresas.

Pero para que todo esto pueda tornarse una realidad palpable en la industria radiofónica nacional, es imprescindible que todos los sectores que confluyen en ella, asuman, primero, la importancia y el valor de transformación que posee la capacitación integral; la capacitación dirigida a entrenar a los trabajadores en las funciones de un puesto determinado, y a educarlos en el

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

uso de su inteligencia y en la medición, objetiva, de la información de su área de acción a través de la utilización de herramientas estadísticas, lo cual, a su vez, los hará capaces de tomar decisiones acertadas para mejorar continuamente su labor.

Para poner marcha hacia adelante al proceso de transformación de la radio comercial, que conlleve a su permanencia en el escenario del próximo siglo, es necesario tomar como punto de partida el aprovechamiento de sus recursos humanos, la capacitación de sus trabajadores y el aumento de sus niveles de escolaridad, preparación y calidad de vida.

Esto, por supuesto, no puede ser tarea exclusiva de un solo sector de los muchos que se interrelacionan en este medio de difusión masiva. Requisito indispensable para la plena realización de este proyecto es la participación conjunta a todos los grupos que integran esta industria.

Delimitar la forma, los tiempos y los espacios de cómo se debe realizar esta participación, es algo que rebasa las posibilidades de esta investigación. Sería muy aventurado y poco profesional pretender dar recetas o fórmulas mágicas para la realización de un proceso que por su complejidad, debe de ir ajustándose conforme a sus propias posibilidades y circunstancias.

Tomando como base esta afirmación, en las siguientes

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

páginas sólo se esbozarán algunas recomendaciones, surgidas de la misma investigación, para cada uno de los sectores que de alguna forma intervienen en el proceso de capacitación de quienes hoy laboran en la industria radiofónica nacional.

A) A LOS CONCESIONARIOS.

En este proceso de transformación, corresponde a los dueños de las radiodifusoras, a los concesionarios, el papel protagónico.

Son ellos quienes hoy más que nunca tienen en sus manos la posibilidad de elegir el camino que seguirá la radio comercial mexicana en lo que resta del presente siglo, y de definir la función que desempeñará este medio de difusión en el próximo.

A los concesionarios de radio corresponde, por principio, optar por la calidad total como estrategia de sus empresas radiofónicas para enfrentar con éxito la competencia que plantean la apertura de la economía nacional y los avances tecnológicos en materia de difusión masiva; o bien, presenciar cómo las reglas de la competencia poco a poco empiezan a marginar de la vida social a una radiodifusión anquilosada, carente hasta de propuestas novedosas y frescas en cuanto a entretenimiento general.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Es decir, corresponde a los concesionarios, antes que ha nadie, comprometerse con la calidad total; con el mejoramiento continuo; con la profesionalización de todos los procesos que se realizan en las emisoras, incluyendo al de la producción de los mensajes radiofónicos, a través del uso de herramientas estadísticas para el control de calidad; con el establecimiento de una organización participativa, interrelacionada, capaz de decidir sobre su ámbito de acción y de sentirse orgullosa de contribuir al mejoramiento de la calidad de su producto -no material- y en el aumento de las ganancias que éste genere.

Comprometerse, asimismo, con el aprovechamiento de los recursos humanos calificados que año con año egresan de las universidades públicas y privadas; con el uso -y el apoyo económico- de la infraestructura creada dentro de la CIRT para impulsar la capacitación de los recursos humanos de la radio; con su propio bienestar en cuanto al aumento de sus ganancias y la sobrevivencia de sus empresas; y sobre todo, con la consolidación de la radiodifusión como la industria orientada a cubrir, con calidad, necesidades culturales -incluyendo al entretenimiento- de la sociedad.

Ni la más sofisticada tecnología, ni cualquier otra empresa dedicada al entretenimiento masivo, podrán desplazar a la radiodifusión si ésta empieza a cubrir necesidades de esparcimiento, información, recreación, orientación, etc., que la sociedad demandará hoy y siempre, con propuestas programáticas de calidad, producidas en la dinámica del mejoramiento continuo al que

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

conlleven los pasos del círculo de calidad: planear, hacer, verificar y actuar.

La posibilidad de enfrentar con éxito los retos que plantean para esta industria los cambios de fin de siglo, no está lejos de ustedes señores radiodifusores. Basta entender que la calidad en una empresa, empieza elevando la calidad de sus recursos humanos. Basta mirar hacia adentro de sus empresas y comprender que su mayor riqueza se encuentra en su propio personal. Basta mirar hacia su organización industrial y conocer las propuestas de un instituto de capacitación (ICIRT), creado para beneficio de sus miembros, el cual necesita de su apoyo económico para continuar financiando nuevos programas de capacitación.

Y basta entender que existe un caudal de jóvenes en las universidades que están siendo educados para pensar, analizar, abstraer, planear, diseñar y decidir en materia de medios de difusión masiva; jóvenes que a través de cursos de especialización, bien podrían ocupar esos puestos de dirección que se requieren en las emisoras para establecer los procedimientos a seguir en el logro de las metas propuestas por la alta dirección, en cuanto a sus compromisos con la calidad total de su empresa.

Optar por la calidad total como estrategia de competencia y desarrollo, señores industriales, no requiere de gastar en infraestructura nueva para capacitar al personal, como lo han sugerido el STIRT y algunos in-

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

investigadores y especialistas en el estudio de la radiodifusión, porque ésta ya existe. Está en su propio instituto de capacitación, cuyo mantenimiento ya no debe concebirse como una obligación constitucional impuesta por el Estado, sólo para beneficio de la clase trabajadora, sino como el vehículo a través del cual se pueden alcanzar niveles de calidad, eficiencia, productividad y competitividad que necesariamente redundarán en mayores ganancias.

Ciertamente, como lo asegura el señor Carlos Aguirre Gómez, "no es un pecado tener utilidades, al contrario, es necesario obtener utilidades para continuar con la empresas"¹⁹. Tampoco debe ser vergonzoso ser el dueño de una emisora de "radio comercial" que vive de las ganancias obtenidas por la venta de sus espacios publicitarios. Realmente el lucro no es el problema, sino la forma en que se éste se efectúa en la industria radiodifusora.

La cuestión es que la radio concesionada parece concebir a esas utilidades como el único fin que tienen el uso y la explotación de una frecuencia de radio, a costa, incluso, de una programación de escasa calidad; de su auditorio, que no es tomado en cuenta para decidir sobre los cambios que se realizan en la misma programación, y de su personal -en su mayoría empírico- cuyos salarios son de sobrevivencia.

¹⁹ Aguirre Gómez, Carlos, presidente de la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal (ARDF) y directivo de Organización Radio Centro (ORC), "La radio en el Distrito Federal", en: II Seminario de Radio y Televisión, Comisión Juvenil de la CIRT, 23 de marzo de 1993.

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

De ustedes depende, señores concesionarios, que esta situación cambie o continúe su mismo rumbo. En ustedes está, finalmente, la última palabra. Las reglas de la competencia internacional a la que se ha abierto México y en la que se hallan, también, insertadas las nuevas tecnologías de información, están ya en marcha.

La dinámica mundial no se va a detener. De ella todas las empresas podrán obtener oportunidades de crecimiento y consolidación en la medida que afronten los retos que también conlleva. El primero de ellos: la capacitación de sus recursos humanos. Esa puede ser hoy la alternativa para la industria radiofónica nacional.

B) A LAS AUTORIDADES.

A partir de 1960, con la expedición de la Ley Federal de Radio y Televisión, la injerencia del Estado y sus dependencias se vio notablemente disminuida. De hecho, las funciones hasta entonces desempeñadas por la Secretaría de Comunicaciones, en cuanto al control y vigilancia del funcionamiento y la explotación de las estaciones radiodifusoras comerciales, fueron delegadas y repartidas entre cuatro dependencias:

1. Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), encargada de otorgar y revocar concesiones y permisos y de vigilar el funcionamiento técnico de las estaciones.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

2. Secretaría de Gobernación (SG), responsable de vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto, la dignidad personal o moral, las buenas costumbres y que no afecten los derechos de terceros (sic).

3. Secretaría de Educación Pública (SEP), dependencia que promueve y organiza la enseñanza cívico-cultural, a través de las emisoras de radio y televisión.

4. Secretaría de Salud (SS), autoriza la transmisión de propaganda de bebidas, comestibles, insecticidas, artículos de higiene y belleza; y tiene, también, la responsabilidad de promover y organizar, por medio de la radio y televisión, la orientación social en favor de la salud de la población.

Actualmente, también, la industria de la radio tiene vínculos con otras dos dependencias estatales: la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS).

Con base en la Ley de Cámaras de Comercio y de las de Industria, la radio comercial y la SECOFI mantienen relaciones en lo relativo al establecimiento de los Estatutos de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) y sus modificaciones. Estos estatutos sólo pueden ser reformados por la SECOFI o por la Asamblea General de la CIRT. En éste último caso, para que las reformas puedan entrar en vigor, deben ser aprobadas, primero, por la SECOFI.

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

Por último, la STPS y la industria radiofónica se relacionan a través del instituto de capacitación de la Cámara, el ICIRT, básicamente en materia de capacitación con respecto al registro y renovación de planes y programas y de comisiones mixtas.

Como se aprecia, el papel del Estado se ha reducido. Hasta ahora la mayoría de las dependencias estatales que mantienen vínculos con la industria de la radio, sólo desempeñan funciones de vigilancia. No interfieren en el funcionamiento de la industria, ni trabajan de manera conjunta en proyectos que puedan reportar beneficios a ambos sectores y a la sociedad.

Es más, parece que con la adopción del modelo neoliberal, el gobierno del presidente Salinas de Gortari decidió limitar aún más el papel estatal, tomando como base lo que el licenciado Rafael Bracamontes, Director de Radio y Televisión de RTC de la Secretaría de Gobernación, denominó como la *corresponsabilidad*. Esto es, terminar con la intervención estatal en la industria, dando por hecho que los empresarios están conscientes de sus responsabilidades y, por tanto, no intentarán eludirlas, sino cumplirlas.²⁰

Sin embargo, valdría la pena recordar que México no es Japón ni ninguna otra nación desarrollada. México es un

²⁰ Discurso del Lic. Rafael Bracamontes, Director de Radio y Televisión de RTC, durante la inauguración oficial del II Seminario de Radio y Televisión, realizado por la Comisión Juvenil de la CIAT, 23 de marzo de 1993.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

país que por más de 40 años mantuvo una economía cerrada, proteccionista y paternalista, a partir de la cual se desarrolló también una mentalidad complaciente, poco participativa y competitiva. El cambio ha sido necesario, pero su aplicación debe ser gradual y paulatina.

¿Cómo pretender abrir la economía nacional al comercio internacional, si no se proporciona capacitación a los empresarios con respecto a las estrategias de competencia que utilizan las empresas de otros países?

No basta con eliminar requisitos legales para estimular a las organizaciones empresariales a adoptar nuevos modelos de producción y competencia. Tampoco la apertura económica llevará mecánicamente al cambio de mentalidad en empresas que han estado protegidas y subsidiadas por tantos años.

En el caso concreto de la radio comercial, dadas sus peculiaridades: negocios que producen bienes culturales, y tomando en cuenta la diversidad de dependencias estatales que se relacionan con ella, se requiere de un trabajo conjunto de las autoridades, pero no de intervención y protección, sino un trabajo de asesoría, que estimule el cambio de mentalidad en los concesionarios con respecto a la capacitación y a los beneficios que pueden obtenerse de la misma en el marco de las exigencias que plantea el final del presente siglo.

Por principio, si la radiodifusión de carácter comer-

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

cial por ley está considerada como una industria más del aparato productivo, la Secretaría de Comercio debe guiar también a los dueños de las emisoras y sus representantes en el uso de nuevas estrategias comerciales para sus respectivas empresas. Tal vez la radiodifusión no sea la industria más importante del país, pero su sola existencia incide en la economía nacional en cuanto al equipo técnico que importa y con respecto a las fuentes de empleo que genera.

De igual forma, la Secretaría del Trabajo debe esforzarse por ir más allá de los simples registros, e instrumentar asesorías para hacer del conocimiento de los concesionarios o sus representantes -ICIRT- sobre los programas de capacitación, puestos en práctica en otras ramas industriales de México y en algunos otros países, así como sobre las ventajas y desventajas que dichos programas les pueden ofrecer.

En tanto, la Secretaría de Comunicaciones debe mantener su asesoría en materia de innovaciones tecnológicas y para la realización de conferencias y cursos con especialistas de alto nivel. Por último, se antojaría, además, que más adelante la Secretaría de Gobernación, a través de su Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) pudiera auditar el producto de las radiodifusoras, no para intervenir o interferir en el funcionamiento de las mismas, sino para sugerir recomendaciones para el mejoramiento de los mensajes radiofónicos.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Tenia razón un funcionario de la Secretaría de Comunicaciones, cuando me dijo que no era responsabilidad del gobierno proporcionar capacitación a los trabajadores de la industria radiofónica, sino una obligación de los propios dueños de las emisoras para beneficio de sus mismos intereses.

Esto es verdad, porque de no ser así, el gobierno estaría asumiendo nuevamente actitudes paternalistas con respecto a las industrias nacionales. Sin embargo, ello no quiere decir que las autoridades no tienen mayor responsabilidad, en materia de capacitación, con la industria de la radio que la de llevar registros numéricos de sus planes y programas y sus comisiones mixtas.

Aún después de adoptado el modelo neoliberal en México, el papel de las autoridades sigue siendo fundamental: iniciar el cambio de mentalidad en los empresarios mexicanos, para que puedan comprender el valor que posee la capacitación en el actual proceso de transformación y para la permanencia de las empresas nacionales en mercados internacionales a largo plazo.

C) A LOS SINDICATOS Y TRABAJADORES.

Aunque en México desde 1978 constitucionalmente la capacitación es una obligación patronal y un derecho de los trabajadores, todavía hoy no existe una cultura de va-

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

loración de la capacitación como elemento transformador de la mentalidad y las actitudes de los seres humanos.

Ciertamente, se debe reconocer lo que señala la licenciada Patricia González, gerente general del ICIRT, en cuanto a que actualmente la concepción de la capacitación está cambiando.

"Ahora la capacitación está tomando un auge real, la gente ha probado sus beneficios y los empieza a tratar de aplicar realmente a las empresas. El actual auge no es como el que se dio en 1984, por cuestiones legales, como una bandera más bien política y por cumplir con un requisito, que como una real convicción de los beneficios a obtener. Hoy está cambiando la mentalidad".²¹

Pero también, es un hecho que hoy las empresas están más preocupadas por aumentar sus niveles de productividad en términos puramente cuantitativos, como la principal estrategia a seguir para acceder con éxito a mercados muy competidos, dejando de lado la transformación cualitativa de sus productos, la cual inicia con el aumento de la calidad de los recursos humanos a través de la capacitación, que implica entrenamiento y educación, y continua con la calidad de los insumos y la reorganización administrativa de la empresa.

²¹ Entrevista realizada el 18 de febrero de 1994, en las instalaciones del ICIRT.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

"Los convenios de productividad firmados en Pemex, Dina, Euzkadi, Bancomer, Eaton y empresas de los ramos textil, del calzado, química y petroquímica enuncian, sin excepción, parámetros cuantitativos de valoración de la productividad: número de zapatos (o llantas o metros) producidos, horas/hombre trabajadas, número de devoluciones, volumen de material desperdiciado, etc."²²

Las empresas que han signado convenios obrero-patronales para su transformación en organizaciones eficientes y productivas, han optado por ir de la productividad a la capacitación y no de la capacitación para elevar los niveles de productividad. Les interesa más elevar el número de productos que la calidad de los mismos.

De acuerdo con la información proporcionada por Jaime Luis Padilla, director de Capacitación y Productividad de la Secretaría del Trabajo, hasta 1993, el 20% de las empresas mexicanas habían firmado convenios de capacitación y productividad. Las mismas empresas, que no obstante las necesidades actuales, seguían destinando un porcentaje ínfimo de su presupuesto a la capacitación: alrededor del 2% en promedio, cuando en otros países -afirman distintas fuentes- se destina hasta el 10%.²³

Esta situación no sólo está fracturando los derechos de los trabajadores, quienes ahora trabajan más, ganan

²² Hope, María, "El *punch* de la productividad", en: Revista Expansión, Op. cit., p. 84.

²³ Ibidem.

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

igual y con menos herramientas. También, está excluyendo de la práctica a uno de los principios fundamentales de la filosofía de la Calidad Total: el de proporcionar beneficios económicos y morales a los trabajadores de las empresas para elevar su calidad de vida.

"El control total de calidad -afirma el Dr. Mario Gutiérrez- es, en el fondo, una filosofía humanista de la administración. Gira en torno a las personas. Es consciente de que éstas son el origen de la calidad y de que la actividad laboral debe ser también *en apoyo de la propia realización personal*".²⁴

A partir de esta información surge la función que deberán desempeñar los sindicatos de la industria radiofónica en el proceso de transformación que está experimentando el país.

Ante la parcialidad con la que se están aplicando los programas para elevar la competitividad de las empresas, los sindicatos de la radiodifusión tienen que demandar el respeto a los trabajadores y destacar la importancia que poseen los recursos humanos para la propia empresa. Ningún sector está más comprometido con los trabajadores y su capacitación, como el sindical porque son los mismos trabajadores quienes lo integran.

En los acuerdos de productividad, corresponde a los

²⁴ Gutiérrez, Mario, Administrar..., Op. cit., p. 142. El subrayado es mío.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

sindicatos negociar con los empresarios no los parámetros cuantitativos de la productividad, sino las condiciones cualitativas de la producción. Es decir, las condiciones laborales a través de las cuales los trabajadores intentarán alcanzar dichos niveles de productividad.

En la industria radiofónica, los empresarios y los sindicatos representantes de los trabajadores aún no han firmado ningún acuerdo de productividad. Pero se prevee que pronto lo harán.

De hecho, se esperaba que un acuerdo de tal naturaleza se firmaría en el marco de la novena revisión del Contrato-Ley de la Industria, a principios de 1994. Acuerdo que hubiera dado resultados similares a los que se han mencionado más arriba, porque tanto en el STIRT como en la CIRT, en vísperas de la reunión obrero-patronal de la industria radiofónica, las principales preocupaciones giraban en torno a los parámetros cuantitativos que se establecerían para medir la productividad y sobre la forma en que se pagaría el bono del 2% por productividad, acordado en la firma de octubre de 1993 del PECE.

Es necesario que tanto el STIRT, como los pequeños sindicatos de esta industria, rectifiquen su postura y asuman un papel realmente comprometido con sus representados.

Antes de la reunión para un posible acuerdo de productividad, los sindicatos deben buscar asesoría pro-

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

fesional, en las instituciones de educación superior o en organizaciones especializadas en el estudio de la calidad total, para que puedan definir su posición en esta negociación a partir de un proyecto serio, donde se analicen las ventajas y desventajas que ofrecen a la empresa los recursos humanos, capacitados y no capacitados, que laboran en condiciones favorables o desfavorables de trabajo.

Asimismo, deben de mantener una posición crítica, pero no destructiva, en lo referente al trabajo que realiza el ICIRT en materia de capacitación. En nada ayudan y a nadie benefician las actitudes de rechazo que han manifestado miembros del STIRT con respecto a los métodos utilizados por el ICIRT para capacitar a los trabajadores de la industria. Más valdría que se acercaran al instituto para expresar sus puntos de coincidencia y discrepancia al respecto, y para aportar propuestas sobre el tema.

De igual forma, los sindicatos de la industria pueden contribuir a la formación de una nueva cultura de calidad entre su agremiados; una cultura más participativa y comprometida con sus responsabilidades, con el mejoramiento continuo de su centro de trabajo y con la calidad del bien o el servicio que ofrecen a la sociedad. Pero para lograrlo, necesitan conocer a fondo, y de manera organizada, las oportunidades que plantean para los trabajadores las nuevas estrategias comerciales en México y en el mundo.

D) A LAS ESCUELAS TECNICAS Y DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

La profesionalización de la industria radiofónica requiere, también, la formación de cuadros medios y directivos. Personal preparado para dirigir las áreas técnica y productiva de las radiodifusoras tomando como base el compromiso de las empresas con la calidad. Ingenieros en Comunicaciones Eléctricas para dirigir el establecimiento y mantenimiento de las innovaciones tecnológicas en las plantas y las cabinas de transmisión. Y licenciados en Ciencias de la Comunicación para la dirección artística, programática y productiva de las radiodifusoras.

Sin embargo, la integración de ambos profesionales a la radio, como parte de su posible mercado de trabajo, aún tiene un largo camino por recorrer, porque aunque -como se señaló en su oportunidad- la carrera de Ingeniería en Comunicaciones existe en México desde 1936 y la licenciatura en Ciencias de la Comunicación desde 1960, en las emisoras de radio todavía estos puestos no son ocupados en cantidad suficiente por dichos profesionales. Incluso, muchas veces estos lugares los ocupa gente empírica, que ha llegado a ellos a través de muchos años de experiencia.

Para ubicar todas las variables que influyen en esta circunstancia, se necesitaría de un trabajo específico de

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

investigación. Sin embargo, para fines de este trabajo, es posible identificar dos variables básicas: la poca disposición de los concesionarios para la contratación de estos profesionales y las carencias de la preparación que presentan los egresados de las carreras.

El primero de estos aspectos fue abordado en el inciso "A" de este apartado. El segundo, está condicionado por tres factores que las instituciones de educación superior deben de tomar en cuenta para mejorar la preparación de sus estudiantes.

Dependiendo de la capacidad que tengan las escuelas técnicas de nivel superior y las universidades que imparten la carrera en Ciencias de la Comunicación para definir el perfil de sus egresados, proporcionarle una educación de calidad y orientarlo hacia la radiodifusión como parte de su mercado de trabajo, en esa medida podrán contribuir no sólo a reducir el número de jóvenes que al terminar sus estudios no encuentran trabajo, sino además, coadyuvarán a terminar con el empirismo de la actividad radiofónica que ha prevalecido desde que ésta inició.

Definir el perfil del egresado implica, revisar y actualizar planes y programas de estudio a partir de las necesidades concretas planteadas por las organizaciones sociales, en este caso, particularmente, la industria radiofónica. Para los ingenieros hoy resulta indispensable el manejo de transmisión y recepción de señales analógicas y digitales, por microondas y vía satélite.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

Para los comunicadores es importante el entrenamiento en el manejo de aparatos técnicos, pero lo es más la educación con respecto al medio: estructura, funcionamiento y posibilidades del lenguaje radiofónico. Es decir, para poder integrarse a la actividad radiofónica, el comunicador debe recibir entrenamiento, para poder crear contenidos programáticos, y educación, para entender para qué y para quiénes dirige tales contenidos, en qué circunstancias -radio comercial o radio cultural- y bajo qué responsabilidades.

Educación de calidad, quiere decir docentes bien preparados, instalaciones bien equipadas, alumnos con vocación definida y universidades menos comprometidas con las ganancias económicas de las colegiaturas y con mayor responsabilidad para con lo académico. En este caso, se trata básicamente, de intentar terminar con las deficiencias académicas que ha producido la excesiva oferta de las instituciones educativas y la saturación de su matrícula.

En tanto, la orientación a la radio como posible mercado de trabajo de tales profesionistas, requiere de acciones concretas por parte de las autoridades de cada centro educativo, para impulsar el contacto de sus estudiantes con las radiodifusoras que integran esta industria, antes de que finalicen su educación escolar. Es decir, requiere de la creación de acuerdos, convenios y programas de servicio social, prácticas profesionales o de cualquier otro tipo que impliquen el necesario acercamien-

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

to de estudiantes y empresas de radio concesionadas, afiliadas a una industria que se extiende por todo el territorio nacional, de igual forma que lo hacen las universidades que ofrecen estas carreras.

E) AL ICIRT.

Dentro de dos años -en 1996- el Instituto de Capacitación de la Industria de Radio y Televisión (ICIRT), cumplirá su primera década de vida. Actualmente ya de por sí su sola existencia resulta relevante, con miras hacia la profesionalización de la industria radiofónica. Sin embargo, hoy es más importante centrar la atención en su funcionamiento, el cual no ha podido superar las limitaciones que le dieron origen.

La primera de ellas, se ubica en la cobertura de sus programas, directamente determinada por el número de sus empresas afiliadas: 50% del total de las emisoras concesionadas de todo el país. Por decisión del Comité Nacional de Capacitación y Adiestramiento de la Industria de Radio y Televisión -integrado por patronos y representantes sindicales- la afiliación de las radiodifusoras a su instituto de capacitación no es obligatoria. Por ello, sólo se han inscrito al ICIRT las empresas radiofónicas que voluntariamente así lo han determinado. El resto de ellas o supuestamente ha recurrido a otras entidades capacitadoras o bien, permane-

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

cen amparadas, ante las autoridades, por las acciones de capacitación que ha diseñado y registrado el ICIRT.

En estas circunstancias, es preciso que el ICIRT tenga presente que actualmente, no es el instituto de capacitación de la industria radiofónica, sino sólo de la mitad de ésta. Esta es una realidad que no deben olvidar ni los directivos del ICIRT, para continuar y reforzar su política de afiliación; ni los concesionarios de radio, para que entiendan que sin sus aportaciones económicas el instituto de capacitación no puede instrumentar nuevos programas de capacitación; ni las autoridades laborales, para mantener la vigilancia en el resto de las emisoras no afiliadas al ICIRT.

La segunda limitación, se encuentra en la frecuencia de aplicación de los programas de capacitación. Hasta ahora, los cursos de capacitación elaborados por el ICIRT para puestos específicos, se han llevado a la práctica a partir de la frecuencia con la que los concesionarios los demanden.

Es decir, por ejemplo, si el curso "*Administración estratégica*", dirigido a mandos superiores de las estaciones, para proporcionarles elementos necesarios para establecer una nueva administración en sus empresas, se imparte una vez y no vuelve a ser solicitado por los concesionarios, con todo y la promoción que haga de éste el ICIRT, entonces no se vuelve a aplicar.

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

Por último, una tercera limitación gira en torno a los programas de capacitación del instituto y su relación con los proyectos de crecimiento de las empresas radiofónicas.

Para proporcionar capacitación útil para los fines de permanencia a largo plazo de las radiodifusoras, se requiere de programas y cursos que abarquen:

a) Entrenamiento de tareas específicas de los diversos puestos de trabajo.

b) Educación en cuanto a calidad total para todos los niveles de la empresa, con el fin de estimular el cambio de mentalidad y la adopción de actitudes de compromiso con el mejoramiento continuo del proceso productivo de mensajes radiofónicos, y de responsabilidad para con la fuente de trabajo.

Esto es, se necesitan programas de capacitación integral orientados a estimular el desarrollo de la inteligencia, la capacidad analítica, la habilidad para pronosticar y el talento para decidir, de todo el personal que integra a estas empresas.

Hasta los primeros meses de 1994, la mayor parte de las acciones de capacitación del ICIRT, consistían en cursos frente a grupo dirigidos a puestos específicos de trabajo de las radiodifusoras, aislados entre sí y con respecto a los propósitos generales de cada empresa.

LA CAPACITACION EN LA RADIO MEXICANA

De hecho, hasta esa fecha, sólo Organización Radio Centro -grupo radiofónico de la capital del país- había aplicado, en coordinación con el ICIRT, programas de capacitación integral, para todos los puestos de trabajo de sus emisoras. En tanto, en algunos otros grupos -como el de Televisa Radio- los programas de capacitación interna continuaban una lenta e indefinida trayectoria, donde la aprobación para su aplicación depende más de las ganas de los directivos del ICIRT para convecer a los dueños de las emisoras, que del compromiso de éstos últimos con la calidad y el crecimiento de sus empresas.

CONCLUSIONES.

Después de haber revisado algunos aspectos de la programación y la producción de la radio concesionada; los espacios de preparación técnica y del área de producción que integran la historia de la capacitación radiofónica, en y para el trabajo, así como el nacimiento y desarrollo -estrechamente ligado a la apertura económica del país- del instituto de capacitación de la industria radiofónica nacional, es posible emitir una serie de conclusiones encaminadas a darnos luces sobre el panorama actual, y las perspectivas a futuro, de la capacitación en la radio mexicana, tal como se planteó al iniciar esta investigación.

A lo largo de la historia de la radiodifusión mexicana siempre han existido espacios de capacitación del personal que ha requerido esta actividad para su desarrollo, aunque tales espacios han variado con el tiempo en cuanto a sus características e importancia.

De hecho, a partir de la clasificación, en tres grandes etapas, de estos espacios, podemos reconocer la trayectoria de la capacitación radiofónica, así como sus logros y los beneficios que actualmente se pueden obtener de ellos.

La primera etapa corresponde a la formación de los primeros técnicos en radiocomunicaciones, la cual inició a principios de este siglo, con la llegada a nuestro país de las primeras formas de comunicación inalámbrica.

El impacto de estas novedades tecnológicas recayó directamente, en este primer momento, en dos sectores específicos: los diversos grupos de aficionados vinculados con el quehacer científico, y sus métodos de investigación, y deseosos de experimentar por sí mismos las posibilidades técnicas de la comunicación inalámbrica, y el gobierno federal, principal interesado en verificar las bondades de esta nueva tecnología, con el fin de mejorar las comunicaciones nacionales.

Por estas razones, y como consecuencia de la experimentación técnica continua de aficionados y gobierno, nació en ambos sectores la necesidad de impulsar la creación de los primeros espacios informales de capacitación técnica ligados a la radio, donde indirectamente se prepararon los cuadros que participaron en la instalación y mantenimiento técnico de las primeras radiodifusoras.

La importancia de estos espacios de capacitación técnica, no sólo radicó en la formación de dichos cuadros. De hecho, de la continuidad de tales esfuerzos capacitadores surgieron, además, tanto la opción profesional de la carrera de Ingeniería en Comunicaciones Eléctricas, como la Escuela Militar de Clases de Transmisiones (EMCT), la Escuela Nacional de Telecomunicaciones (ENTEL) y los Centros Regionales de Capacitación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, centros formales de enseñanza donde actualmente se forman y capacitan ingenieros y técnicos

mexicanos en las más sofisticadas tecnologías de información y comunicación.

La segunda etapa rebasó el aspecto meramente técnico de la radiocomunicación e incorporó nuevas necesidades de preparación y capacitación, una vez que la experimentación científica permitió el acceso técnico a la radio como medio de difusión, el gobierno mexicano decidió concesionar las frecuencias radiofónicas a particulares y algunos aficionados descubrieron las posibilidades comerciales de la radio.

Fue en este momento cuando comenzó la etapa profesional de la radiodifusión, la cual se apoyó, para su desarrollo, en una programación continua, en la producción de programas musicales y de entretenimiento y en la venta de espacios comerciales.

Y fue, también, a partir de este momento cuando empezó una nueva etapa en la historia de la capacitación radiofónica, cuya principal responsabilidad quedó en manos de los dueños de las emisoras, quienes desde entonces se han encargado de reclutar y seleccionar al personal que ha participado en la producción de los mensajes radiofónicos.

Sin embargo, curiosamente, esta es la etapa cuantitativa y cualitativamente más pobre en cuanto a la creación de espacios de capacitación radiofónica y con respecto a la participación de los concesionarios en este ámbito, quienes al interior de sus emisoras, en la mayor

parte de los casos, sólo se limitaron a alentar procesos empíricos -basados en parámetros que proporciona la práctica y la experiencia- en la selección y capacitación de su personal.

En tanto, al exterior de las radiodifusoras, sólo los programas de capacitación instrumentados por las agencias de publicidad estadounidenses, para mejorar la preparación de quienes se encargaban de producir los programas de radio que vendían a las emisoras; el proceso de certificación de aptitudes de los locutores, reglamentado por el gobierno de la República, y la opción profesional de la incipiente licenciatura en ciencias de la comunicación, representaron por más de tres décadas -desde 1930 hasta fines de 1960- las únicas alternativas organizadas de capacitación del personal del área de producción de las radiodifusoras.

Los beneficios que de dichos espacios de capacitación radiofónica se pueden obtener actualmente, de igual forma, son escasos. Esto es así porque la mayor parte de ellos no prosperaron en el tiempo.

En primer lugar, las agencias de publicidad, a fines de los años sesenta, dejaron de producir la programación de las emisoras de radio y, con ello, desarticularon sus respectivos departamentos de producción y, por ende, suprimieron los programas de capacitación que habían diseñado para elevar la calidad profesional de su personal.

En segundo término, el examen a través del cual se certificaban las aptitudes de los locutores dejó de existir en 1992, como consecuencia de la concertación entre concesionarios y autoridades, quienes de esta manera pensaron en simplificar los trámites que legalmente deben realizar los empresarios de una industria, cuyas ganancias económicas provienen del uso de un bien que es propiedad de la Nación.

Y en tercer lugar, porque no obstante el considerable aumento, a partir de la década de los ochenta, de las escuelas y universidades que ofrecen la licenciatura en ciencias de la comunicación, todavía hoy esta opción académica no ha logrado constituirse como una alternativa real en la formación de profesionales con probabilidades para integrarse a la actividad radiofónica. Esto se puede apreciar en el reducido número de asignaturas, que sobre este medio de difusión masiva, incluyen la mayor parte de los planes y programas de estudio de esta licenciatura; en la falta de especialización de sus egresados; en la escasa interrelación que existe entre los centros educativos y las radiodifusoras comerciales, pero, sobre todo, en la inexistencia de instituciones de educación superior, con esta oferta académica, especializadas en radio.

Resulta interesante destacar que aunque a la fecha existen alrededor de 100 escuelas y universidades en donde se imparte la licenciatura en ciencias de la comunicación, hasta ahora ninguna de ellas se ha centrado, propiamente, en la formación de recursos humanos para las emisoras de radio.

Por último, una tercera etapa de la capacitación radiofónica, tal vez la de mayores perspectivas a futuro, es la que nació al amparo del derecho laboral y ha sido alentada, en los últimos años, por la liberalización económica, en México y en el mundo, y por el establecimiento de nuevos parámetros de eficiencia, calidad, productividad y competitividad.

Esta etapa surgió a partir de las reformas, de fines de los setenta, que se realizaron al Artículo 123 constitucional y a la Ley Federal del Trabajo, en las que se determinó que es una obligación legal de los patrones proporcionar capacitación a sus trabajadores. Reformas que obtuvieron su mayor logro en la industria radiofónica, cuando la organización de los empresarios de la radio concesionada --la CIRT--, luego de constantes llamadas de atención por parte de las autoridades laborales, dirigió y estructuró --en 1986-- lo que actualmente puede considerarse como el máximo esfuerzo capacitador de los trabajadores de esta industria: la creación de su propio instituto de capacitación, el Instituto de Capacitación de la Industria de Radio y Televisión (ICIRT).

Un instituto que a pesar de la importancia de su trabajo, en la era de la calidad y la competitividad, adolece de serias limitaciones producto no de su funcionamiento interno, sino de las mismas circunstancias que le dieron origen.

Esto es, lejos de lo que se pudiera imaginar, el

ICIRT y sus programas de capacitación no surgieron de la demanda organizada de los trabajadores o de sus representantes sindicales -quienes en esta materia han preferido jugar un papel de meros espectadores-, ni como parte de la estrategia de crecimiento de las empresas difusoras o de alguna política de mejoramiento de la calidad de las transmisiones de radio, sino como resultado de la presión externa que han ejercido sobre los concesionarios, tanto la Secretaría del Trabajo, como sus organismos descentralizados, encargados de vigilar el cumplimiento de la obligación patronal de proporcionar capacitación a sus trabajadores, desde 1978.

Tal hecho pone de manifiesto lo mismo que avala la historia de la radiodifusión comercial mexicana: la capacitación y la profesionalización de quienes tienen la responsabilidad de producir los mensajes radiofónicos en estas emisoras, no ha sido nunca una de las preocupaciones centrales de los concesionarios de radio.

Antes que impulsar el mejoramiento de la calidad de la producción y los contenidos radiofónicos mediante la elevación de la preparación de su personal, o por medio de la introducción de algún otro tipo de reforma, la mayoría de los dueños de estas empresas difusoras han optado por proteger sólo sus intereses económicos a través del mantenimiento, por cerca de tres décadas, del mismo esquema disquero-musical -en los últimos años complementado con emisiones de corte periodístico-, el cual posee los atributos que todo empresario aprecia: es

barato y reporta ganancias abundantes, fácilmente y a corto plazo.

Esta falta de compromiso de los concesionarios de la radio con la capacitación y la educación de sus trabajadores, ha limitado el trabajo del ICIRT, obstaculizando la efectividad de sus programas y dificultando la puesta en marcha de sus nuevos proyectos.

De hecho, hoy los principales problemas que enfrenta el ICIRT tienen su origen en la escasa respuesta de los radiodifusores para afiliarse a este instituto y, por tanto, para demandar la instrumentación de sus diferentes cursos de capacitación en sus empresas.

a) Escasa respuesta de afiliación.

Aún en tiempos de la liberalización económica, los concesionarios de la radio no han apostado su crecimiento y su permanencia en el mercado de la difusión masiva, al mejoramiento del desempeño de las funciones de sus trabajadores, lo cual conllevaría al establecimiento de un programa integral y continuo de capacitación.

Cuantitativamente esta situación se expresa en el número de empresas de radio que, por acuerdo entre concesionarios y representantes sindicales, se han afiliado *voluntariamente* al ICIRT:

1. De las 1017 emisoras comerciales de radio que existían en el territorio nacional en 1993, sólo el 50% de ellas estaban afiliadas al ICIRT.

2. En el Distrito Federal -la ciudad con más frecuencias radiofónicas- sólo 29 de las 55 radiodifusoras concesionadas mantenían relaciones permanentes con el ICIRT en materia de registros ante la Secretaría del Trabajo, y esporádicamente participaban en los cursos de capacitación dirigidos a puestos específicos de trabajo, diseñados por el instituto.

3. En el interior, sólo 5 -Jalisco, Nuevo León, Oaxaca, Puebla y San Luis Potosí- de las 31 delegaciones de la CIRT habían abierto sus plazas al paquete de cursos de capacitación del ICIRT.

4. Y tan sólo un grupo radiofónico -Organización Radio Centro-, de los 27 que existían en el país, había aplicado en sus emisoras capitalinas la primera fase del paquete de cursos de capacitación interna, estructurado por el ICIRT, dirigido a fortalecer la integración de todas las áreas de las emisoras del grupo.

b) Insuficiente respaldo económico.

Mientras los concesionarios no soliciten el apoyo del ICIRT y paguen por los servicios que les proporciona para capacitar a sus trabajadores, el instituto continuará sin tener el respaldo económico que requiere para la realización de nuevos proyectos de capacitación.

c) Más registros y menos programas de capacitación.

Sin nuevos proyectos, el ICIRT sólo puede trabajar en la renovación y actualización de registros de comisiones

mixtas y planes y programas, ante la Secretaría del Trabajo, y en la expedición de certificados de locutores, ante la Secretaría de Educación Pública, de las empresas que pagan su cuota anual de afiliación.

d) Personal reducido.

Sin suficiente apoyo económico, el instituto de capacitación de la industria radiofónica nacional apenas posee recursos para pagar la nómina de las ocho personas que lo integran.

e) Funcionamiento centralizado.

Con un personal tan reducido, el ICIRT no puede proporcionar servicios de capacitación a las empresas radiodifusoras ubicadas en el interior de la República, con la misma oportunidad y frecuencia que lo hace con las de la ciudad de México, donde se encuentran establecidas sus únicas oficinas.

Pero eso no es todo. De la misma manera que la actitud de los industriales de la radio, en torno a la capacitación y profesionalización de sus trabajadores, ha frenado las posibilidades de crecimiento de su instituto de capacitación, así también vulnera la estabilidad y la continuidad de este esfuerzo capacitador.

Esto es así porque dentro de este contexto, las posibilidades de desarrollo del ICIRT, como verdadero vehículo de capacitación de la industria radiofónica nacional, o de estancamiento, como mero elemento de simu-

mixtas y planes y programas, ante la Secretaría del Trabajo, y en la expedición de certificados de locutores, ante la Secretaría de Educación Pública, de las empresas que pagan su cuota anual de afiliación.

d) Personal reducido.

Sin suficiente apoyo económico, el instituto de capacitación de la industria radiofónica nacional apenas posee recursos para pagar la nómina de las ocho personas que lo integran.

e) Funcionamiento centralizado.

Con un personal tan reducido, el ICIRT no puede proporcionar servicios de capacitación a las empresas radiodifusoras ubicadas en el interior de la República, con la misma oportunidad y frecuencia que lo hace con las de la ciudad de México, donde se encuentran establecidas sus únicas oficinas.

Pero eso no es todo. De la misma manera que la actitud de los industriales de la radio, en torno a la capacitación y profesionalización de sus trabajadores, ha frenado las posibilidades de crecimiento de su instituto de capacitación, así también vulnera la estabilidad y la continuidad de este esfuerzo capacitador.

Esto es así porque dentro de este contexto, las posibilidades de desarrollo del ICIRT, como verdadero vehículo de capacitación de la industria radiofónica nacional, o de estancamiento, como mero elemento de simu-

lación del cumplimiento de un requisito legal, dependen más de los cambios que se registren en la política económica del país en los próximos años y, sobre todo, del relajamiento de las medidas coercitivas que desde fines de la década de los setenta han instrumentado las autoridades laborales, para vigilar el real cumplimiento de las obligaciones patronales en materia de capacitación, lo cual ha venido ocurriendo en los últimos años luego del registro del ICIRT como institución capacitadora de esta industria y del adelgazamiento del aparato estatal.

La importancia de la permanencia y el desarrollo del ICIRT no sólo residen en el hecho de que a través de su trabajo el empresario de esta industria puede cumplir -o hacer como que cumple- con el requisito que le impone la ley en esta materia, sino, además, en las posibilidades que posee este instituto de proporcionar capacitación, de manera organizada y continua, a los trabajadores de las emisoras afiliadas a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), o bien, de apoyar los esfuerzos individuales de capacitación que a la fecha estén efectuando, por iniciativa propia, determinadas radiodifusoras comerciales.

El ICIRT no es la panacea a los múltiples y variados problemas que actualmente enfrenta la industria radiofónica nacional, pero si es, hoy por hoy, el único esfuerzo organizado, de carácter nacional, encaminado a impulsar la capacitación y la actualización de quienes laboran en esta industria, por medio de textos programa-

dos, comités editoriales, conferencias y cursos frente a grupo, todo ello dirigido a las tres grandes áreas de trabajo de las emisoras: técnica, administrativa y de producción.

Queda pues, en manos de los concesionarios de radio la disyuntiva de aprovechar y fortalecer, o no, las propuestas de capacitación del ICIRT, en pro de su beneficio personal, el de sus trabajadores y el de sus radioescuchas.

FUENTES DE INFORMACION Y OBRAS DOCUMENTALES.

A) Obras sobre la historia de la radio mexicana:

1. Fernández Christlieb, Fátima, *La radio mexicana. Centro y regiones*. Ed. Juan Pablos, México: 1991.
2. Fernández Christlieb, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*. Ed. Juan Pablos, México: 1990, 8ª reimpresión.
3. Fuentes, Gloria, "La Radiodifusión", en: *Historia de las comunicaciones y los transportes en México*. SCT, México: 1987.
4. Gálvez Cancino, José Felipe, *Los felices del alba. La primera década de la radiodifusión mexicana*. FCPyS-UNAM, México: 1975. (Tesis de licenciatura)
5. Lombardo García, Irma, *Los orígenes de la radio en México y la influencia de la XEW en los años treinta*. FCPyS-UNAM, México: 1984. (Tesis de licenciatura)
6. Mejía Barquera, Fernando, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*. Fundación Manuel Buendía, México: 1991, 1ª reimpresión, Tomo I.
7. Mejía Prieto, Jorge, *Historia de la Radio y la Televisión en México*. Octavio Colmenares, editor, México: 1972.
8. Ortiz Garza, José Luis, *La guerra de las ondas*. Ed. Planeta, México: 1992.

B) Obras contemporáneas sobre la radio mexicana:

1. Garza, Ramiro, *La radio actual. Qué es y cómo se realiza*. Ed. Edamex, México: 1992.

-
2. Herrera Barrera, Claudia Josefina y Vázquez Muñoz, Heriberto, *La radio dinámica en el cuadrante de la ciudad de México*. Escuela de Periodismo Carlos Septién García (EPCSG), México: 1990. (Tesis de licenciatura)
 3. Rebeil Corella, María Antonieta, Alva de la Selva, Alma Rosa y Rodríguez Zárate, Ignacio (Coords.), *Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio*. Ed. Trillas, México: 1989.
 4. Romo Gil, Cristina, *La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza*. IMER-Fundación Manuel Buendía, México: 1990.
 5. Romo Gil, Cristina, *Ondas, canales y mensajes*. ITESO, México: 1991.
 6. Toussaint Alcaraz, Florence, *Recuento de medios fronterizos*. Fundación Manuel Buendía-Programa Cultural de las Fronteras, México: 1990.

C) Obras sobre la historia técnica de la radio mexicana:

1. Cárdenas de la Peña, Enrique, "El Telégrafo", en: *Historia de las comunicaciones y los transportes en México*. SCT, México: 1987.
2. Espinosa López, Francisco, *Cinco gigantes en la vida de las transmisiones*. SDN, México: 1980.
3. Merchan Escalante, Carlos, "Telecomunicaciones", en: *Historia de las comunicaciones y los transportes en México*. SCT, México: 1988.
4. Mooser, Pablo, *Breve historia de la radioafición en México*. Liga Mexicana de Radioexperimentadores, México: 1982.

D) Obras oficiales sobre la historia de la radio mexicana:

1. *México a través de los informes presidenciales. Las comunicaciones.* Secretaría de la Presidencia, SCT, México: 1976, Tomo 8.
2. *Memoria.* SCOP, México: 1896-1899.
3. *Memoria.* SCOP, México: 1920.

E) Reglamentos sobre radio:

1. "Ley de Vías Generales de Comunicación", en: *Diario Oficial*, México: 31 de agosto de 1931.
2. "Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación", en: *Diario Oficial*, México: 10 de julio de 1933.
3. "Reglamento de las estaciones radioeléctricas comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados", en: *Diario Oficial*, México: 30 de diciembre de 1936.
4. "Reglamento de las estaciones radiodifusoras comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados", en: *Diario Oficial*, México: 20 de mayo de 1942.
5. "Ley Federal de Radio y Televisión", en: *Diario Oficial*, México: 19 de enero de 1960.
6. *Compendio de ordenamientos legales y técnicos en materia de comunicaciones.* SCT, Dirección General de Normatividad, México: 1988.

F) Obras sobre aspectos laborales y sindicales de la radio:

1. De la Vega, Netzahualcóyotl, *Discurso Inaugural de los*

Trabajos del IX Congreso Nacional del STIRT, 9 de abril de 1992.

2. Ortega Ramírez, Patricia, "La organización sindical, otra lucha de los comunicadores", en: *Gaceta UNAM. Suplemento de Aniversario*, México: 24 de agosto de 1987.

3. Ortega Ramírez, Patricia, "Sindicalismo y medios de difusión colectiva", en: *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 2, México: noviembre-diciembre de 1988.

4. Ortega Ramírez, Patricia, "Los trabajadores de la radio y la televisión en México", en: *Instituciones y prácticas educativas*, Carmen de la Peza y Beatriz Solís (Coords.), UAM-X, México: 1990.

5. Ortega Ramírez, Patricia y Trejo Delarbre, Raúl, "Televisa y sus trabajadores. El sindicalismo inmovilizado", en: *Televisa: el quinto poder. Claves Latinoamericanas*, México: 1988.

6. *Contrato-Ley de la Industria de Radio y Televisión, 1975-1994.*

7. *Estatutos del Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana, 1980, 1986 y 1992.*

G) Obras generales sobre aspectos laborales:

1. *Exposición de motivos de la iniciativa del Ejecutivo que adiciona al Artículo 123 Constitucional.* Sistema Integral de Información y Documentación (SIID) de la Cámara de Diputados, México: 11 de diciembre de 1977.

2. *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.* Secretaría de Gobernación, México: 1983.

3. *Ley Federal del Trabajo*. Ed. Porrúa, México: 1994, 73ª reimpresión.

H) Obras sobre educación:

1. *Catálogo de Instituciones de Enseñanza Superior en Ciencias de la Comunicación 1991-1992*. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), México: 1991.
2. Trejo Guillermo, et.al., *Educación para una economía competitiva. Hacia una estrategia de reforma*. Ed. Diana-CIDAC, México: 1991.
3. "Plan de estudios de la Escuela Práctica de Ingenieros Mecánicos y Electricistas", en: *Diario Oficial*, México: 2 de agosto de 1916.
4. *Historia del Instituto Politécnico Nacional*. IPN, México: 1960.
5. *Desarrollo histórico curricular de la carrera de ingeniería en comunicaciones eléctricas y electrónica en la ESIME del IPN, 1936-1992*. ESIME-AMICEE, México: 1992.

I) Obras sobre capacitación radiofónica:

1. *Módulo Capacitación para el Aprendizaje*. ICIRT, Cuadernos de Capacitación, México: mayo de 1987.
2. *Módulo Relaciones Humanas*. ICIRT, Cuaderno de Capacitación, México: mayo de 1987.
3. *Módulo Seguridad e Higiene en el Trabajo*. ICIRT, Cuadernos de Capacitación, México: junio de 1987.
4. *Módulo Productividad en el Trabajo*. ICIRT, Cuadernos de Capacitación, México: octubre de 1987.

-
5. *Módulo la Industria de la Radiodifusión*. ICIRT, Cuadernos de Capacitación, México: octubre de 1987.
 6. *Módulo Operación de la Empresa Radiodifusora*. ICIRT, Cuadernos de Capacitación, México: octubre de 1987.
 7. *Sistema General de Capacitación de la Industria de Radio*. CIRT, México: 1987.
 8. *Guía de preparación para el examen a locutores. La voz profesional de la radiodifusión mexicana*. ICIRT, México: 1990.
 9. *El manual del continuista*. ICIRT, México: 1993.

J) Documentos oficiales relacionados con la capacitación:

1. "Preparación Profesional", en: *Foro de Consulta Popular. Comunicación Social*. Secretaría de Gobernación, México: 1983, tomo seis.
2. "Programa Nacional de Capacitación y Productividad 1984-1988", en: *Diario Oficial*, México: 22 de agosto de 1984.
3. "Programa Nacional de Capacitación y Productividad 1991-1994", en: *Diario Oficial*, México: 20 de junio de 1991.
4. "Acuerdo relativo a la expedición de Certificados de aptitud de locutores, de cronistas y comentaristas", en: *Diario Oficial*, México: 14 de octubre de 1992.

K) Documentos sobre la CIRT:

1. *Importancia económica de la Industria de la Radio*, Centro de Información CIRT, México: 1979.
2. *Memorias de la Reunión Conjunta NAB-CIRT-CAB*, Isla Victoria, BC, Canadá, 27 de agosto de 1991.

3. *Estatutos de la Cámara de la Industria Nacional de Radio y Televisión, 1989-1993.*

L) Obras generales sobre comunicación:

1. De Fleur L., Melvin y Ball-Rokeach J., Sandra, *Teorías de la comunicación de masas*. Ed. Paidós, México: 1987, 2ª reimpresión.
2. Esteinuo, Javier, (editor), et. al., *Comunicación y Democracia*. VI Encuentro Nacional CONEICC, México: 1992.
3. Trejo Delarbre, Raúl, *La sociedad ausente. Comunicación, democracia y modernidad*. Ed. Cal y Arena, México: 1992.
4. *Cultura, Medios de Comunicación y Libre Comercio*. AMIC, México: 1993.

M) Obras sobre economía y administración:

1. Arias Galicia, Fernando (Comp.), *Administración de recursos humanos*. Ed. Trillas, México: 1973.
2. Jaime, Edna y Barrón, Luis (Coords.), *Lo hecho en México. Empresas mexicanas y apertura comercial*. Ed. Cal y Arena, México: 1992.
3. Pazos, Luis, *Radiografía de un gobierno. Exitos y fracasos del sexenio 1976-1982*. Ed. Diana, México: 1981.
4. Pazos, Luis, *Hacia dónde va Salinas*. Ed. Diana, México: 1992, 7ª reimpresión.
5. Weintraub, Sidney, Rubio, Luis y Jones, Alan, *Integración industrial México-Estados Unidos*. Ed. Diana-CIDAC, México: 1992.

N) Obras sobre Calidad Total:

1. Gutiérrez, Mario, *Administrar para la calidad*. Ed. Limusa-Centro de Calidad ITESM, México: 1994, 4ª reimpresión.
2. Gutiérrez, Mario, *Nociones de Calidad Total. Conceptos y herramientas básicas*. Ed. Limusa, México: 1993.
3. Ishikawa, Kaoru, *¿Qué es el control total de calidad?. La modalidad japonesa*. Ed. Norma, Colombia: 1992.

O) Obras generales sobre historia:

1. *Historia General de México*. SEP/Colegio de México, México: 1976, Vols. 3 y 4.
2. *Historia Mínima de México*. Ed. Harla, México: 1983.
3. *1989: Luz Verde*. Ed. Difusora Internacional, Barcelona: enero de 1990, Temario y Anuario.
4. *1990: Etapa Final*. Ed. Difusora Internacional, Barcelona: enero de 1991, Temario y Anuario.

P) Documentos oficiales de gobierno:

1. *Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988*. Talleres Gráficos de la Nación, México: junio de 1983.
2. "Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994", en: *Diario Oficial*, México: 31 de mayo de 1989.
2. Informes de Gobierno de Carlos Salinas de Gortari, 1991, 1992 y 1993.

Q) Obras complementarias:

1. Musacchio, Humberto, *Diccionario Enciclopédico de México*. Andrés León, Editor-Programa Educativo Visual, Mé-

xico: 1990, Tomos I y II.

2. Reyes, Alicia, *Cómo apreciar a Alfonso Reyes. Selección de Textos*. Panorama Editorial, México: 1990.

R) Revistas:

1. *Antena*, órgano informativo de la CIRT: 1974-1993.

2. *Medios audiovisuales, tarifas y datos*, Medios Publicitarios Mexicanos S.A.: junio de 1989, septiembre de 1990 y diciembre de 1993.

3. *Revista Mexicana de Comunicación*, colección de 1988 a 1994.

4. *Anuario 91-92*. AMITRA, México D.F., 1991.

5. *Expansión*, No. 626, "El nuevo trabajador mexicano", México D.F., 13 de octubre de 1993.

6. *Laboral*, No. 17, Hernández y Rodríguez, Sergio, "Productividad, calidad y capacitación", México D.F., febrero de 1994.

7. *Proceso*, No. 755, Marín, Carlos, "Desde hace dos años la Contraloría investiga irregularidades en concesiones de radio", México D.F., 22 de abril de 1991.

8. *Proceso*, No. 756, Vera, Rodrigo, "Con la complacencia oficial, la radiodifusión es propiedad de un grupo cerrado", México D.F., 29 de abril de 1991.

S) Periódicos:

1. *El Universal*, "Va a establecerse en México una escuela Radiográfica", México D.F., 5 de septiembre de 1920.

2. *El Universal*, "Las estaciones inalámbricas actuales no sirven para nada", México D.F., 21 de septiembre de 1920.

-
3. *El Universal*, "Las estaciones radiofónicas particulares", México, D.F., 9 de junio de 1923.
 4. *El Nacional*, 1ª plana, Alponse, Juan María, "La Nación: Los Hechos" (columna política), México D.F., 1990.
 5. *El Nacional*, Sección de Espectáculos, "Página de Radio", publicación semanal (lunes), colección de 1990 a 1993.
 6. *El Nacional*, Suplemento Dominical, Mejía Barquera, Fernando, "Zapping", México D.F., 14 de octubre de 1990.
 7. *El Nacional*, Suplemento Dominical, Mejía Barquera, Fernando, "Concesiones en litigio", México D.F., 25 de abril de 1991.
 8. *La Jornada*, Sección Cultura, "Crear Radio UAM, con cobertura limitada, proponen estudiantes. Concluyó la VI Reunión AMIC; Ana María Menéndez, nueva presidenta", México D.F., 28 de abril de 1991.
 9. *La Jornada*, "Pluralidad, pide CSG a radio y TV", México D.F., 6 de octubre de 1992.
 10. *El Universal Gráfico*, Sección de Espectáculos, "La radio y la TV ante el TLC o los medios ante la modernidad. Sesiones de estudio de radiodifusores ante el Tratado", México D.F., 28 de septiembre de 1993.
 11. *El Financiero*, Sección Comercio Exterior, Gaona, José Luis, "Zona Libre", México D.F., 23 de noviembre de 1993.
 12. *El Financiero*, Sección Negocios, Rebollo Pinal, Herminio, "Nueva Ley de Telecomunicaciones", México D.F., 24 de noviembre de 1993.
 13. *El Universal*, Sección de Espectáculos, Garza, Ramiro, "La rutina es el virus que acaba con la radiodifusión", México, D.F., 26 de agosto de 1994.

T) Seminarios:

1. *Foro sobre Salarios Mínimos para Periodistas*. Asamblea de Representantes del Distrito Federal (ARDF), ciudad de México, 29 y 30 de mayo de 1990.
2. *II Seminario de Radio y Televisión*. Comisión Juvenil de la CIRT, ciudad de México, 23 y 24 de marzo de 1993.

U) Entrevistas:

1. Lic. Pilar Mendoza, coordinadora de control y gestión del ICIRT en 1991, septiembre de 1991.
2. Lic. Ignacio Antonio Sánchez Villegas, subjefe del Departamento de Certificación para Locutores, SEP, 18 de febrero de 1992.
3. Fernando González Oviedo, productor de radio en los años 50, marzo de 1992.
4. Ing. Tomás Guzmán Cantú, pionero de la radio mexicana y profesor de la ESIME, 15 de mayo de 1992.
5. Ing. José De la Herrán Villagómez, fundador del laboratorio de investigación técnica de la XEW, 18 de mayo de 1992.
6. Ing. Antonio Serhant Rodríguez, asesor de transmisiones técnicas de la XEW, 22 de mayo de 1992.
7. Lic. Guillermo Macías Ortiz, coordinador de los Centros Regionales de Capacitación de la SCT, julio de 1992.
8. Lic. Jaime Chapper Villa, director académico de la Asociación Nacional de Locutores en 1992, 11 de septiembre de 1992.
9. Enrique Bermúdez Olvera, presidente de la Asociación Nacional de Locutores de 1991-1993, 18 de septiembre de 1992.

-
10. Héctor Pardo, productor de radio en los años 50 y 60, 18 de septiembre de 1992.
 11. Roberto Aguilar González, productor de radio y directivo de Colgate Palmolive en los años 50 y 60, 21 y 24 de septiembre de 1992.
 12. Manuel Bonilla, miembro de STIRT, 8 de diciembre de 1993.
 13. Manuel Nique Cornelio, fundador de la Escuela de Capacitación del STIRT, 16 de diciembre de 1993 y 4 de enero de 1994.
 14. Lic. Patricia González Villanueva, gerente general del ICIRT, 18 de febrero de 1994.

V) Procedencia de los cuadros:

1. Velasco Ugalde, Enrique, "Catálogo Nacional de Radiodifusoras a las que le caducan sus concesiones en 1989", en: *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 4, México D.F., marzo-abril de 1989, pp. 12-27.
2. *Medios audiovisuales, tarifas y datos*. Medios Publicitarios Mexicanos S.A., México: junio de 1989.
3. *Medios audiovisuales, tarifas y datos*. Medios Publicitarios Mexicanos S.A., México: diciembre de 1993.
4. *Medios audiovisuales, tarifas y datos*. Medios Publicitarios Mexicanos S.A., México: septiembre de 1990, pp. 72-94.
5. *Medios audiovisuales, tarifas y datos*. Medios Publicitarios Mexicanos S.A., México: diciembre de 1993, pp. 76-97.
6. *Antena*, No. 157, CIRT, México: diciembre-enero de 1990-91, p. 24.

-
7. Elaborado por MRD con la información de Medios audiovisuales, tarifas y datos de diciembre de 1993.
 8. *Revista Expansión*, No. 626, México D.F., 13 de octubre de 1993, p. 78.
 9. *Desarrollo histórico curricular de la carrera de ingeniería en comunicaciones eléctricas y electrónica en la ESIME del IPN, 1936-1992*. ESIME-AMICEE, México: 1992.
 10. Ibidem.
 11. Ibidem.
 12. *Antena*, No. 165, CIRT, México: febrero de 1993, p. 8.
 13. Elaborado por MRD con los planes de estudio de la Universidad Autónoma Metropolitana Plantel Xochimilco, Universidad del Tepeyac, Universidad Iberoamericana, Universidad Latinoamericana y UNAM-Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, vigentes en diciembre de 1991.
 14. *Antena*, No. 9, CIRT, México: julio-agosto de 1984, p. 15.
 15. *Antena*, No. 11, CIRT, México: noviembre-diciembre de 1984, p. 31.
 16. Ibidem., p. 32.
 17. Tríptico proporcionado por la Lic. Pilar Mendoza, en septiembre de 1991.
 18. *Antena*, No. 147, CIRT, México: marzo-abril de 1987, p. 15.
 19. Ibidem.
 20. *Antena*, No. 149, CIRT, México: enero-febrero de 1988, p. 35.
 21. Ibidem., p. 34.
 22. *Antena*, No. 138, CIRT, México: julio-agosto de 1985, p. 12.
 23. *Antena*, No. 149, CIRT, México: enero-febrero de 1988, p. 34.

-
24. Tarjetas proporcionadas por la Lic. Pilar Mendoza en febrero de 1994.
 25. Ibidem.
 26. Ibidem.
 27. Herrera Barrera, Claudia Josefina y Vázquez Muñoz, Heriberto, *La radio dinámica en el cuadrante de la ciudad de México*. Escuela de Periodismo Carlos Septién García (EPCSG), México: 1990. (Tesis de licenciatura), capítulo 4.
 28. Tríptico proporcionado por la Lic. Pilar Mendoza, en septiembre de 1991.
 29. Ibidem.
 30. *Antena*, No. 161, CIRT, México: noviembre-diciembre de 1991, cara interna de la portada.
 31. Material proporcionado por la Lic. Patricia González, en febrero de 1994.
 32. Ibidem.
 33. Gutiérrez, Mario, *Nociones de Calidad Total. Conceptos y herramientas básicas*. Ed. Limusa, México: 1993, p. 76.

APENDICE No. 1

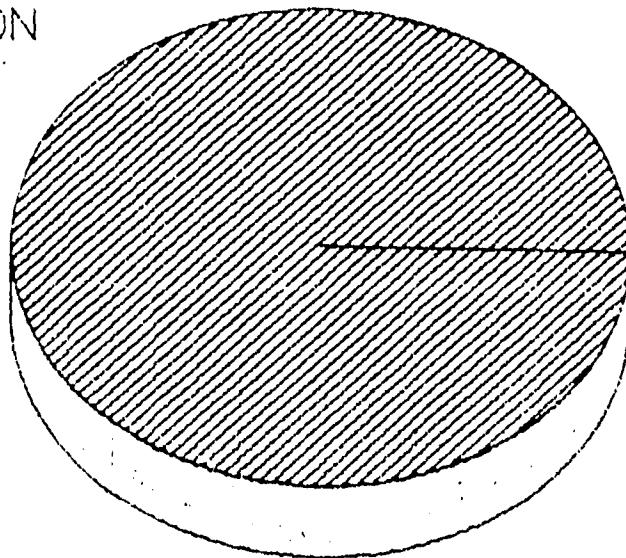
*Encuesta a locutores y
operadores*

CUESTIONARIO BASE PARA TRABAJADORES RADIOFONICOS :

- * AÑOS EN LA INDUSTRIA
 - * PUESTO QUE DESEMPEÑAS
 - * EXPERIENCIA EN SU ACTUAL OCUPACION
 - * POR QUE ESTAS EN LA RADIO
 - a) VOCACION ()
 - b) NECESIDAD ()
 - * ESTUDIOS REALIZADOS --CONCLUIDOS--.
 - a) BASICO --PRIMARIA- ()
 - b) MEDIO --SECUNDARIA- ()
 - c) MEDIO SUPERIOR --BACHILLERATO- ()
 - d) PROFESIONAL --UNIVERSITARIOS ()
 - * SABE QUE ES LA COMUNICACION
 - a) SI
 - b) NO
 - * ENTIENDE LA IMPORTANCIA DE UN MEDIO DE COMUNICACION SOCIAL
 - a) SI
 - b) NO
 - * ENUMERE LAS FUNCIONES DE LA RADIO
-
-
- * CONTRIBUYES A ELEVAR EL NIVEL DE TUS RADIOESCUCHAS, CON TU ACTIVIDAD DIARIA
 - a) SI ()
 - b) NO ()
 - c) EN OCASIONES ()
 - * CONSIDERAS QUE ES NECESARIA UNA EDUCACION ESPECIAL, A NIVEL LICENCIATURA PARA TRABAJAR EN LA RADIO
-
-

TRABAJA POR VOCACION O NECESIDAD - LOCUTORES -

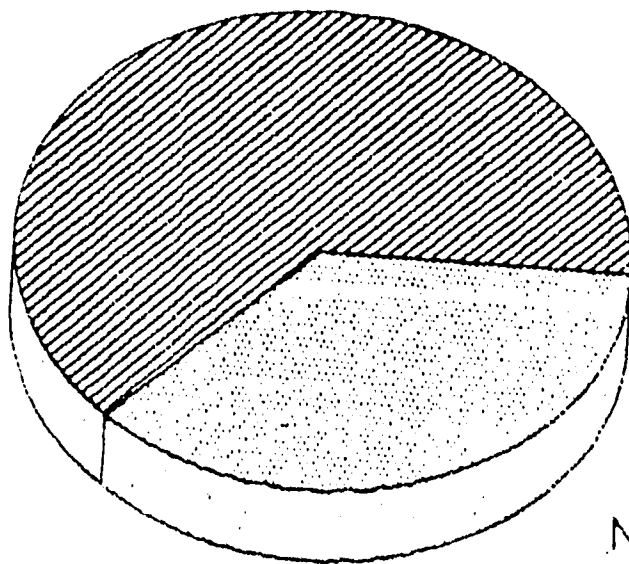
VOCACION
100.0%



LOS QUE HACEN LA RADIO

TRABAJA POR VOCACION O NECESIDAD - OPERADORES -

VOCACION
63.3%

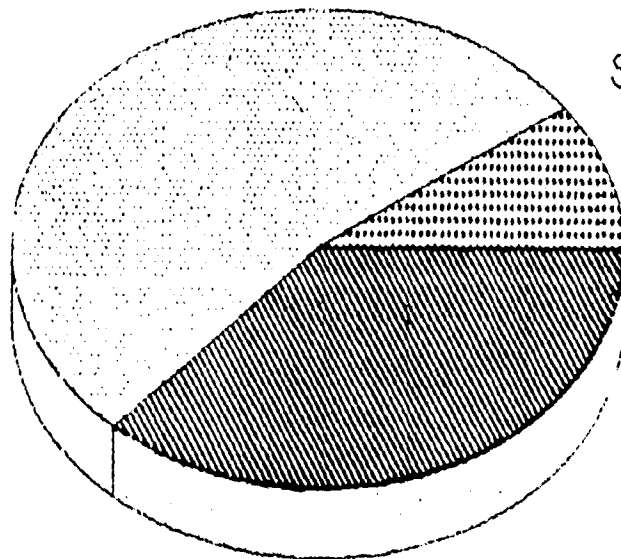


NECESIDAD
36.7%

LOS QUE HACEN LA RADIO

ESTUDIOS REALIZADOS - LOCUTORES -

BACHILLERATO
53.3%



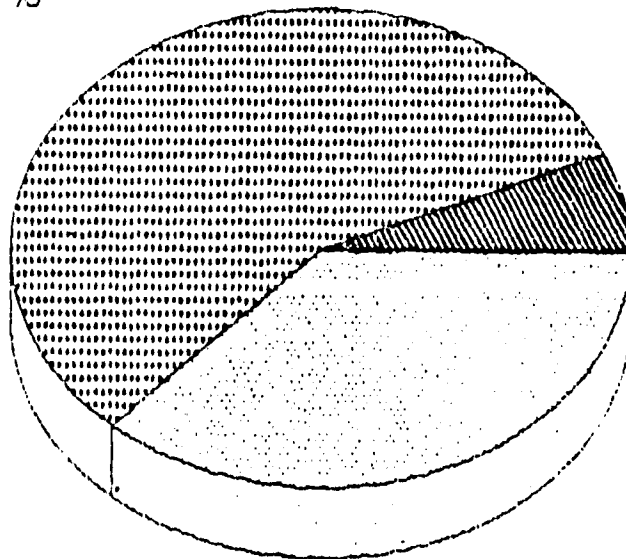
SECUNDARIA
10.0%

UNIVERSIDAD
36.7%

LOS QUE HACEN LA RADIO

ESTUDIOS REALIZADOS - OPERADORES -

SECUNDARIA
56.7%



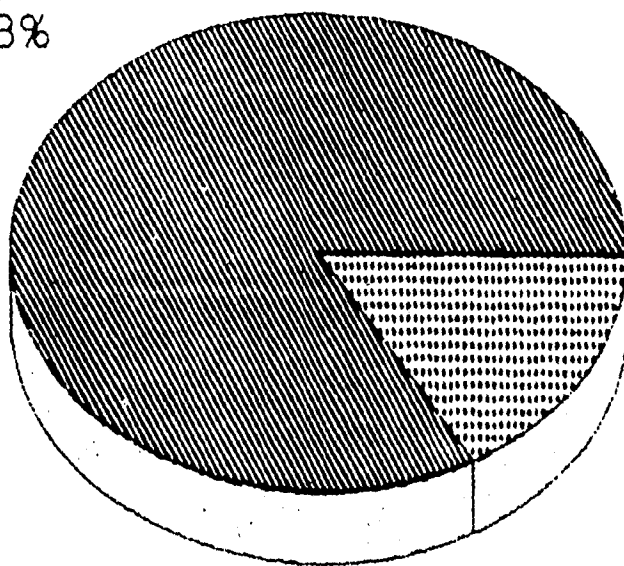
PRIMARIA
6.7%

BACHILLERATO
36.7%

LOS QUE HACEN LA RADIO

SABE QUE ES LA COMUNICACION ? - LOCUTORES -

SI
83.3%

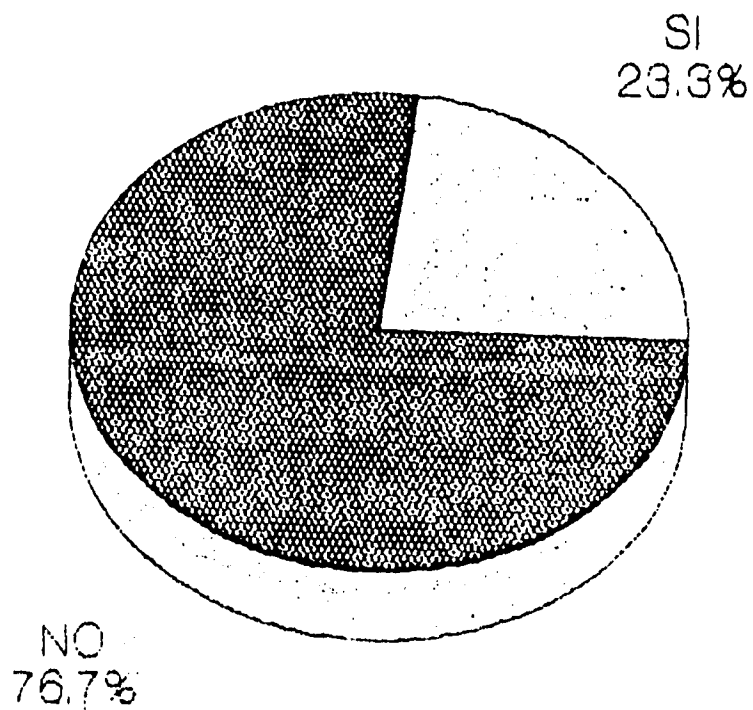


NO
16.7%

LOS QUE HACEN LA RADIO

SABE QUE ES COMUNICACION ?

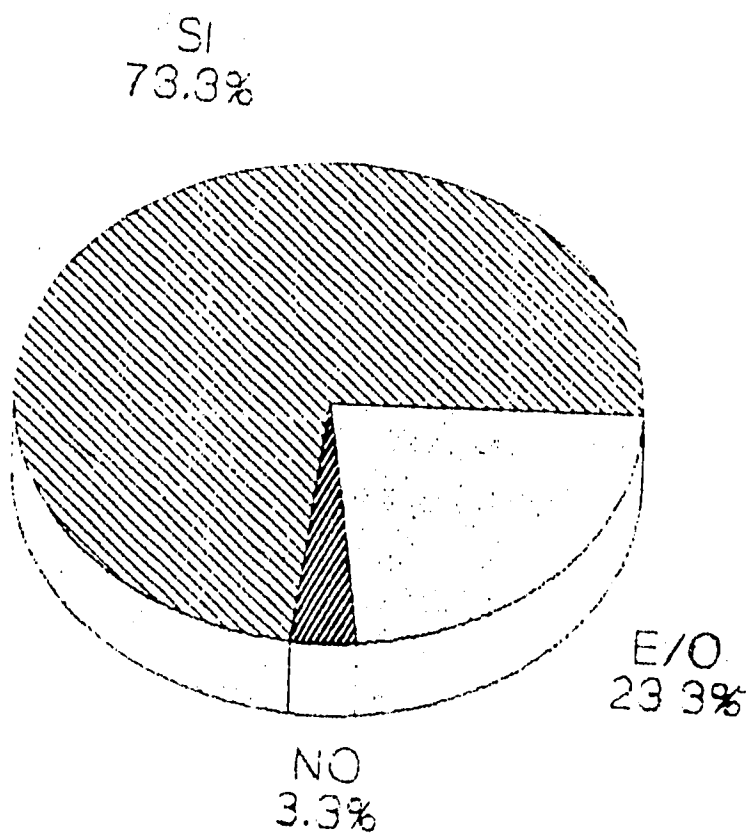
- OPERADORES -



LOS QUE HACEN LA RADIO

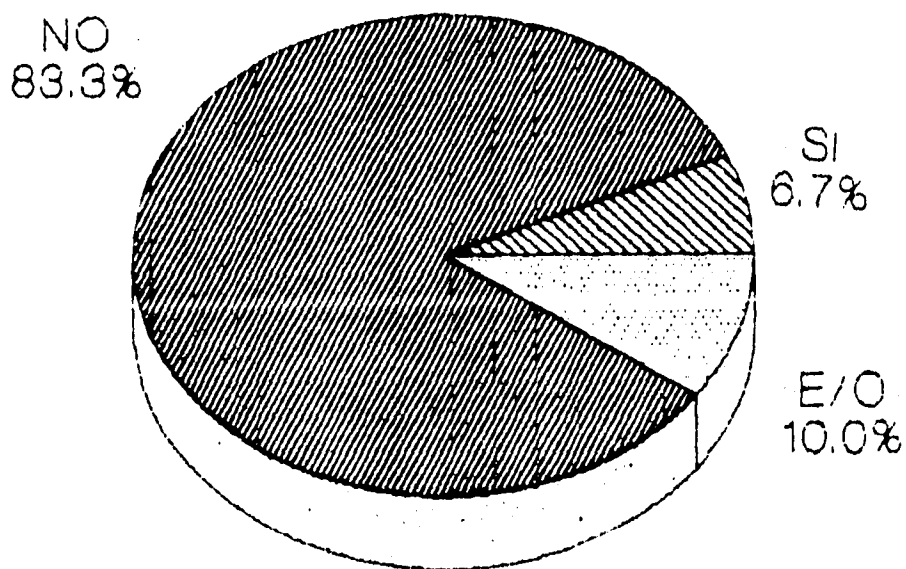
CONTRIBUYE A ELEVAR EL NIVEL CULTURAL DE LOS RADIOESCUCHAS ?

- LOCUTORES -



LOS QUE HACEN LA RADIO

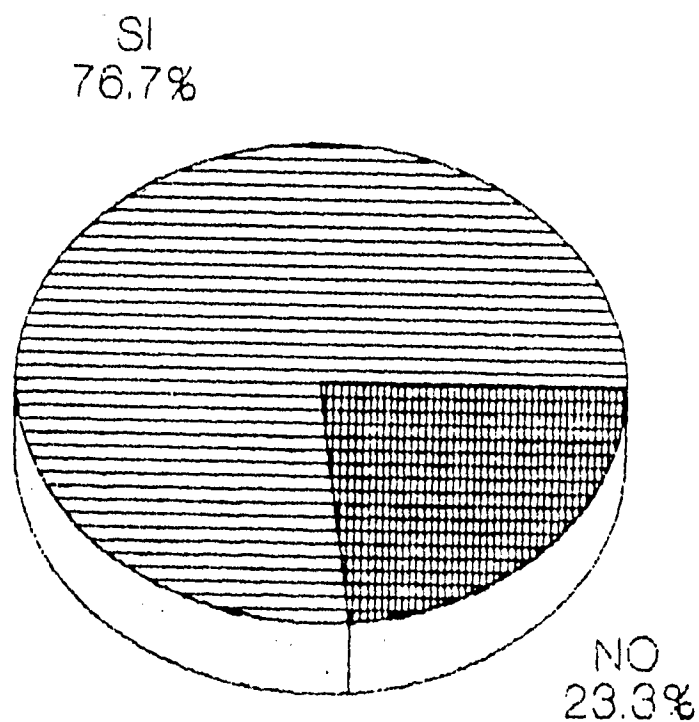
CONTRIBUYE A ELEVAR EL NIVEL CULTURAL DE LOS RADIOESCUCHAS ? - OPERADORES -



LOS QUE HACEN LA RADIO

ENTIENDE LA IMPORTANCIA DE UN MEDIO DE COMUNICACION ?

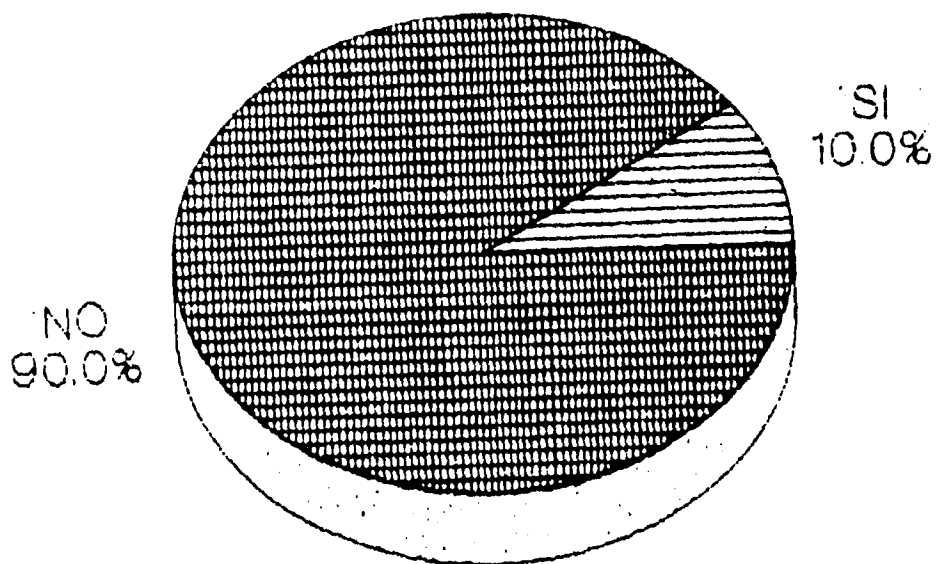
- LOCUTORES -



LOS QUE HACEN LA RADIO

ENTIENDE LA IMPORTANCIA DE UN MEDIO DE COMUNICACION ?

- OPERADORES -



LOS QUE HACEN LA RADIO

APENDICE No. 2

*Cursos específicos a puestos
de trabajo del ICIRT.*

CALIDAD EN EL SERVICIO

OBJETIVO: Al término del curso los participantes determinarán la importancia que tiene actualmente la calidad en el servicio como elemento de competitividad e identificarán las actitudes y conductas que favorecen el logro de un buen servicio

DIRIGIDO A: Todo el personal de la empresa, divididos en niveles

DURACION: 29 Horas

CONTENIDO:

- 1 - La Calidad en el Servicio
- 2 - Atención a Clientes
- 3 - Requisitos para trabajar y servir con calidad
- 4 - Sistemas de evaluación de la calidad del servicio

CONTENIDO TEMATICO

1. **LA CALIDAD EN EL SERVICIO**
 - 1.1 Conceptos Generales
 - 1.2 Los Errores más Comunes en el Servicio
 - 1.3 El Triángulo del Servicio
 - 1.4 Elementos que Favorecen la Satisfacción del Cliente
2. **ATENCION A CLIENTES**
 - 2.1 ¿Quién es el cliente?
 - 2.2 Diagnóstico de servicio a clientes
 - 2.3 Determinación de Necesidades
 - 2.4 Controles y Parámetros
 - 2.5 Establecimiento de Requisitos de mi puesto (práctica)
3. **REQUISITOS PARA TRABAJAR Y SERVIR CON CALIDAD**
 - 3.1 Comunicación y Adecuado Manejo de las Relaciones Interpersonales
 - 3.2 La cortesía Elemento indispensable
 - 3.3 Imagen Personal
 - 3.4 Reglas para dar un Buen Servicio
4. **SISTEMAS DE EVALUACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO**
 - 4.1 Estructura Esencial para establecer un Sistema de Evaluación
 - 4.2 Muestra de Cuestionarios
 - 4.3 Utilización de Resultados y acciones preventivas

RELACIONES HUMANAS

OBJETIVO: Al término del curso los participantes comprenderán la importancia de las relaciones humanas en la empresa y conocerán los elementos que las caracterizan de tal forma que puedan aplicarlos óptimamente en su vida laboral y personal.

DIRIGIDO A: Todo el personal que labora en la empresa

DURACION: 16 Horas

CONTENIDO:

- 1.- Principios de las Relaciones Humanas
- 2.- Motivación
- 3.- Comunicación en el Trabajo
- 4.- Trabajo en Equipo
- 5.- Superación Personal

CONTENIDO TEMATICO

1.- PRINCIPIOS DE LAS RELACIONES HUMANAS

- 1.1 Concepto e importancia de las Relaciones Humanas
- 1.2 Elementos que integran a las Relaciones Humanas
- 1.3 Importancia de las Relaciones Humanas en el ámbito laboral

2.- MOTIVACION

- 2.1. Concepto e importancia de la Motivación
- 2.2. Características de la Motivación
- 2.3. Tipos de necesidades que generan la Motivación
- 2.4. Importancia de la Motivación en el ámbito laboral
- 2.5. Papel de la Motivación en las Relaciones Humanas
- 2.6. Recomendaciones para mejorar la Motivación en el trabajo

3.- COMUNICACION EN EL TRABAJO

- 3.1. Conceptos e importancia de la Comunicación
- 3.2. Proceso y elementos de la Comunicación
- 3.3. Tipos de Comunicación
- 3.4. Tipos de Comunicación que se establecen en el ámbito laboral
- 3.5. Las Barreras de la Comunicación
- 3.6. Recomendaciones para mejorar la Comunicación en el trabajo

MOTIVACION Y PRODUCTIVIDAD EN EL TRABAJO

OBJETIVO:	Al término del curso los participantes comprenderán que es la motivación y la productividad y cuáles son sus consecuencias individuales, grupales y sociales identificando los procedimientos que posibilitan su incremento en el ambiente laboral.
DIRIGIDO A:	Todo el personal que labora en la Empresa.
DURACION:	16 Horas
CONTENIDO:	<ul style="list-style-type: none"> 1.- Motivación en el Trabajo 2.- Productividad en el Trabajo 3.- Administración del Tiempo y Aprovechamiento de Recursos de recursos 4.- El Grupo de Trabajo

CONTENIDO TEMÁTICO

- 1. MOTIVACION EN EL TRABAJO**
 - 1.1 Concepto
 - 1.2 Características
 - 1.3 Su influencia en el desempeño laboral
 - 1.4 Elementos que intervienen en la motivación
 - 1.5 Papel del Trabajo en la Motivación
 - 1.6 La Relación Jefe-Trabajador

- 2. PRODUCTIVIDAD EN EL TRABAJO**
 - 2.1 Concepto y Elementos
 - 2.2 El Trabajo y su Organización
 - 2.3 La calidad y sus efectos en los Productos y Servicios
 - 2.4 Relación entre Productividad y Calidad
 - 2.5 Factores que afectan la Productividad y Calidad

- 3. ADMINISTRACION DEL TIEMPO Y APROVECHAMIENTO DE RECURSOS**
 - 3.1 Principios Teóricos y Prácticos de la Administración del Tiempo
 - 3.2 Programación del Tiempo
 - 3.3 Aprovechamiento de recursos

- 4. EL GRUPO DE TRABAJO**
 - 4.1 Definición
 - 4.2 Factores que lo forman
 - 4.3 Relación entre Grupos y Productividad
 - 4.4 Tipo de Roles en el Grupo
 - 4.5 Interrelaciones y comunicación en el grupo o equipos

LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSION

OBJETIVO: Al término del curso, los participantes explicaran la trascendencia de la industria de radio y televisión en México, analizando su historia, operación, situación actual y perspectivas.

DIRIGIDO A: Todo el personal que labora en la empresa.

DURACION: 12 Horas.

CONTENIDO:

- 1- Reseña Histórica de la Radiodifusión
- 2- Fundamentos legales y normativos de la radio y la televisión
- 3- Momento actual de la Industria de Radio y Televisión en México.
- 4- Operación de la empresa radiodifusora

CONTENIDO TEMATICO

- 1. RESEÑA HISTORICA DE LA RADIODIFUSION**
 - 1.1 Nacimiento y desarrollo de la radio
 - 1.2 La radio en México
 - 1.3 Nacimiento y desarrollo de la televisión
 - 1.4 La televisión en México
- 2. FUNDAMENTOS LEGALES Y NORMATIVOS DE LA RADIO Y LA TELEVISION**
 - 2.1 Antecedentes
 - 2.2 Ley Federal de Radio y Televisión
 - 2.3 Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión
 - 2.4 Contrato Ley
- 3. MOMENTO ACTUAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION EN MEXICO**
 - 3.1 Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión
 - 3.2 Contenidos
 - 3.3 Nuevas tecnologías
 - 3.4 Perspectivas de la radiodifusión
- 4. OPERACION DE LA EMPRESA RADIODIFUSORA**
 - 4.1 La empresa, propósitos y objetivos
 - 4.2 Estructura orgánica y funcionamiento de la empresa de radio
 - 4.3 Reglamento interior de trabajo



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

PRODUCTIVIDAD EN EL TRABAJO

OBJETIVO: Al término del curso, los participantes definirán los conceptos de productividad, división del trabajo y organización del trabajo, identificarán en qué consiste la organización del trabajo, explicarán la importancia de la productividad y de la organización del trabajo.

DIRIGIDO A: Todo el personal administrativo.

DURACION: 16 Horas

CONTENIDO:

- 1.- Organización del trabajo
- 2.- Distribución y control del tiempo
- 3.- Aprovechamiento de tiempos
- 4.- El grupo de trabajo

Horacio 1013 Col. Polanco Reforma C.P. 11550 México D.F. Tels.: 726-99-09, Directo y Fax 254-18-36



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

FORMACION DE INSTRUCTORES

OBJETIVO: Al término del curso, los participantes desarrollarán conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para la impartición de los cursos internos de capacitación que se requieren en la empresa.

DIRIGIDO A: Personal con amplios conocimientos y experiencia en el área en que se desempeña, preferentemente con facilidad de palabra.

DURACION: 40 Horas

CONTENIDO:

- 1.- Principios del proceso enseñanza-aprendizaje
- 2.- Planeación de un curso
- 3.- Técnicas de instrucción
- 4.- Recursos didácticos
- 5.- El grupo de trabajo
- 6.- Evaluación y retroalimentación

Horacio 1013 Col. Polanco Reforma C.P. 11550 México D.F. Tels.: 726-99-09, Directo y Fax 254-18-36

CONTENIDO TEMÁTICO

1.- PRINCIPIOS DEL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

- 1.1 Proceso de aprendizaje
- 1.2 Cómo aprenden los adultos
- 1.3 Características del instructor

2.- PLANEACION DEL CURSO

- 2.1 Los objetivos instruccionales
- 2.2 El contenido temático
- 2.3 Las actividades del instructor
- 2.4 Los materiales de instrucción

3.- TECNICAS DE INSTRUCCION

- 3.1 Técnicas de rompimiento de tensión
- 3.2 Técnicas de aprendizaje

4.- RECURSOS DIDACTICOS

- 4.1 Materiales para el instructor
- 4.2 Equipo y materiales de instrucción
- 4.3 Materiales para el participante

5.- EL GRUPO DE TRABAJO

- 5.1 Características del grupo
- 5.2 Roles positivos y roles negativos
- 5.3 La dinámica grupal

6.- EVALUACION Y RETROALIMENTACION

- 6.1 Concepto de evaluación
- 6.2 Formas de evaluación
- 6.3 Práctica y retroalimentación

METODOLOGIA

Sesiones de aprendizaje dirigido con apoyos visuales en acetates; se promueve la participación del grupo a través de ejercicios grupales, técnicas participativas y prácticas individuales con el fin de hacer más significativo el aprendizaje.

En la sesión de retroalimentación los participantes exponen un tema apoyados en lo aprendido en el curso, la planeación de su programa es supervisada por el instructor durante el desarrollo del evento.

COSTO: N\$ 9,700.00 IVA incluido

CUPO: Mínimo 12 participantes
Máximo 20 participantes

INCLUYE: Carpeta con material didáctico para cada participante, material didáctico del instructor, diplomas de participación.

NOTA: Si el curso se efectúa fuera de las instalaciones de la CRT, la empresa deberá proporcionar el siguiente equipo: Retafolio con hojas, marcadores, retroproyector, pantalla, videocassettera beta y monitor.

Si el curso es fuera del D.F., se cubrirán además los gastos de transporte, hospedaje y alimentación de dos personas.



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

TALLER DE ORTOGRAFIA Y REDACCION

OBJETIVO: Al término del curso, el participante conocerá las reglas ortográficas básicas para una buena redacción.

DIRIGIDO A: A todo el personal que emplee la redacción como herramienta de trabajo.

CONTENIDO:

- 1) Acentos
- 2) Uso correcto de consonantes
- 3) Partes de la oración
- 4) Sintaxis figurada
- 5) Signos de puntuación
- 6) Formas de expresión
- 7) Composición o concordancia

DURACION: 16 Horas

INSTRUCTOR: LIC. GUADALUPE TELLO

DURACION: 12 HORAS

INSTRUCTORES:

- LIC. FRANCISCO CAMPUZANO LAMADRID
Gerente Jurídico de la CIRT

- ING. JAIME ROJEDO ROMERO
Gerente Técnico de la CIRT

REDACCION DIRIGIDA AL PUESTO

OBJETIVO :

Perfeccionar la redacción de los diversos documentos que cada participante elabora en su centro de trabajo.

DIRIGIDO A :

Para todas las personas que necesariamente redactan, no importando el puesto.

TEMARIO :

1.- DIFERENCIA ENTRE LA COMUNICACION ORAL Y LA ESCRITA.

2.- PARTES DE UN TEXTO: EL CONTENIDO Y LA ESTRUCTURA.

- La palabra, elemento sustancial del mensaje.
- Papel que desempeña el léxico en un escrito.

3.- REDACTAR ES ORDENAR.

4.- ELEMENTOS DE LA REDACCION DE UN TEXTO.

- Características del párrafo.
- Usos del punto
- Redacción de memorandos y correo electrónico.

5.- LA ORACION GRAMATICAL.

- Oración compuesta.
- Usos de la coma.
- La carta comercial
 - cartas iniciales
 - cartas de respuesta
- Otros signos de puntuación
- La oración simple
- El reporte
 - Planeación
 - Importancia de la concisión
 - Ejemplos de pronombres.
 - Los sinónimos empujadores del léxico

MARCO JURIDICO DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION

OBJETIVO:

Al término del curso, los participantes reconocerán los aspectos legales que regulan a las estaciones de Radio y Televisión en sus distintas áreas.

DIRIGIDO A:

Concesionarios de Sistemas de Radiodifusión, Gerentes de Estaciones y demás personal que labora en la Industria

CONTENIDO TEMATICO:

MODULO I

SECRETARIA DE GOBERNACION-RADIO, TELEVISION Y CINEMATOGRAFIA

MODULO II

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

MODULO III

SECRETARIA DEL TRABAJO Y PREVISION SOCIAL

MODULO IV

RELACION DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION CON OTROS ORGANISMOS PUBLICOS Y ORGANIZACIONES INDUSTRIALES

INSTALACION Y MANTENIMIENTO DE TRANSMISORES Y ANTENAS DE AMPLITUD MODULADA

OBJETIVO:

Al término del curso los participantes conocerán la forma óptima de instalar y dar mantenimiento a transmisores y antenas de Amplitud Modulada.

DIRIGIDO A:

Jefes de Departamento Técnico, Oficiales de Mantenimiento y puestos afines.

CONTENIDO TEMÁTICO:

I. INSTALACION

- Preparación previa a la instalación
- Instalación del sistema radiador
- Recepción del equipo (Transmisor y circuitos acopladores)
- Instalación del sistema de acoplamiento
- Instalación y puesta en marcha del transmisor

II. MANTENIMIENTO

- Mantenimiento preventivo del sistema radiador y su acoplador
- Mantenimiento preventivo del equipo
- Técnicas de Mantenimiento correctivo

DURACION: 20 HORAS

INSTRUCTORES:

- Ing. Celestino Antonelli Ravetto
- Ing. Yusebio Mejía Maldonado
- Ing. Alfredo Avila Navarro

Horacio 1013 Col. Polanco Reforma C.P. 11550 México D.F. Tels: 726-99-09, Directo y Fax 254-18-36

OPERACION, INSTALACION Y MANTENIMIENTO DE TRANSMISORES Y ANTENAS DE FRECUENCIA MODULADA

OBJETIVO:

Al término del curso los participantes conocerán la forma óptima de instalar y dar mantenimiento a transmisores y antenas de Frecuencia Modulada.

DIRIGIDO A:

Jefes de Departamento Técnico, Oficiales de Mantenimiento y puestos afines.

CONTENIDO TEMÁTICO:

- I. ANTENAS
- II. LINEAS DE TRANSMISION
- III. FILTROS
- IV. SISTEMAS DE TRANSMISION DE FRECUENCIA MODULADA
- V. EQUIPOS MONITORES
- VI. REGULADORES DE VOLTAJE

DURACION: 20 HORAS

INSTRUCTORES:

- Ing. Celestino Antonelli Ravetto
- Ing. Yusebio Mejía Maldonado
- Ing. Alfredo Avila Navarro
- Ing. Yusebio Mejía Maldonado

Horacio 1013 Col. Polanco Reforma C.P. 11550 México D.F. Tels: 726-99-09, Directo y Fax 254-18-36

MANTENIMIENTO TECNICO EN EQUIPO DE ESTUDIO (ANALOGICO)

OBJETIVO:

Al término del curso, los participantes reconocerán las técnicas y procedimientos para la realización del mantenimiento preventivo y correctivo del equipo de estudio en una cabina de audio.

DIRIGIDO A:

Oficiales de Mantenimiento, Jefes de Departamento Técnico, y puestos afines.

CONTENIDO TEMATICO:

I. PRECAUCIONES PARA LA INSTALACION DE EQUIPOS

- Necesidades Básicas
- Espacios Disponibles
- Funcionalidad

II. MANTENIMIENTO PREVENTIVO PRUEBAS PERIODICAS

- Programa de Mantenimiento

III. MANTENIMIENTO CORRECTIVO

- Consolas
- Tomamuestras (Brazos, agujas, fonocaptores)
- Cartucheros
- Grabadoras (Reproductora de carrete abierto y cassette)
- Micrófonos

DURACION: 20 HORAS

INSTRUCTOR: ING. SERGIO BERRISTAIN

Horacio 1013 Col. Polanco Reforma - C.P. 06550 - México D.F. - Tels: 726-99-09, Directo y Fax 254-18-36

MANTENIMIENTO TECNICO EN EQUIPO DE ESTUDIO (DIGITAL)

OBJETIVO:

Al término del curso, los participantes reconocerán las técnicas y procedimientos para la realización del mantenimiento preventivo y correctivo del equipo de estudio de la empresa radiodifusora.

DIRIGIDO A:

Oficiales de mantenimiento, Jefes de departamento Técnico y puestos afines.

CONTENIDO TEMATICO:

I. PRECAUCIONES PARA LA INSTALACION DE EQUIPOS

- Necesidades Básicas
- Espacios Disponibles
- Funcionalidad

II. MANTENIMIENTO PREVENTIVO - PRUEBAS PERIODICAS

- Programa de Mantenimiento

III. MANTENIMIENTO CORRECTIVO

- Herramientas
- Equipos de Medición
- Evaluación
- Ajustes
- Prueba Final
- En: Dat., C.D. y Discos Magnéticos u Ópticos

DURACION: 20 HORAS

INSTRUCTOR: Ing. Sergio Berristain

Horacio 1013 Col. Polanco Reforma - C.P. 06550 - México D.F. - Tels: 726-99-09, Directo y Fax 254-18-36



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RAIO Y TELEVISION, A.C.

LA TECNOLOGIA DEL AUDIO DIGITAL

OBJETIVO :

Al finalizar el curso, los participantes reafirmarán los conocimientos básicos de Acústica y Audio Analógico y profundizarán sus conocimientos y habilidades en la nueva tecnología del Audio Digital, realizando sus fundamentos y el equipo básico que se utiliza.

DURACION : 20 Horas.

DIRIGIDO A : Operadores Grabadores, Técnicos de Mantenimiento y todo aquel interesado en la materia.

CONTENIDO :

- 1.- INTRODUCCION.
- 2.- FUNDAMENTOS BASICOS DE ACUSTICA.
 - Sonido.
 - Percepción
 - Acústica.
 - Evaluación de recintos.
- 3.- EL AUDIO ANALOGICO.
 - Conceptos Fundamentales.
 - El Audio.
 - Equipo Básico
 - Equipo de Prueba.
- 4.- CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL AUDIO DIGITAL.
 - Frecuencia de Muestreo.
 - Filtro anti alias.
 - Conversión Analógica Digital.
 - Conversión Digital Analógica.
- 5.- FUNDAMENTOS DE AUDIO DIGITAL.
 - Digitalización
 - Cuantificación.
 - Sincronización.
 - Redundancia.
 - Eliminación de errores.

Horacio 3013 Col. Polanco Reforma C.P. 11550 México D.F. Tels.: 726-95-09. Directo y Fax 254-18-36

6.- EQUIPO BASICO EN AUDIO DIGITAL.

- CD
- DAT
- DASH
- RAM
- DISCO DURO
- CD RAM

7.- PRUEBAS.

- Objetivas.
- Subjetivas.

CUOTA DE INSCRIPCION .

EMPRESA AFILIADA :

EMPRESA NO AFILIADA :

FECHA :

SEDE :



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

LAS NUEVAS TECNOLOGIAS EN LA RADIODIFUSION

OBJETIVO GENERAL

Al término del curso, los participantes aplicarán los conocimientos sobre la Transmisión de AM, FM, El DAB, Transmisión Via Subportadoras, que les permitan mejorar estas instalaciones para dar un mejor servicio a la estación y al público en general.

DIRIGIDO A : Concesionarios de Radiodifusión, Ingenieros y Jefes de Departamento Técnico.

DURACION : 12 Horas.

CONTENIDO

1. INTRODUCCION EVOUCION CRONOLOGICA DE LA RADIODIFUSION.

2. MEJORAS EN LA TRANSMISION DE AM

- La norma NRSC
- La estereofonia
- El receptor AMAX.

3. MEJORAS EN LA TRANSMISION DE FM

- La recepción por diversidad.
- El sistema FMX

4. LA RADIODIFUSION SONORA DIGITAL (DAB)

- El audio digital
- El sistema EUREKA 140
- La comprensión MUSICAM.
- La transmisión codificada COFDM
- Desarrollo del sistema DAB en Estados Unidos.
- La asignación de espectro en WARC 92
- El sistema de radio restringido (MDS)

Horario: 1013 Col. Polanco Reforma CP. 06550 México D.F. Tels.: 726-99-09. Directo y Fax 254-18-36

5.- LA TRANSMISION VIA SUBPORTADORAS.

- Que es un sistema S.C.A.
- Empleo y aplicación de las subportadoras.
- Transmisión de música.
- Telemetría.
- Localización de personas.
- Sistemas de alarmas.
- Correo electrónico (Mensajería).
- El sistema RDS y RBDS.

6.- RADIODIFUSION DIRECTA VIA SATELITE.

7.- LA DISTRIBUCION DE AUDIO POR CABLE Y FIBRA OPTICA.

FECHA : 27, 28 Y 29 De Abril.

SEDE : Auditorio de la CIRT.

CUOTA DE INSCRIPCION :

EMPRESA AFILIADA :

EMPRESA NO AFILIADA :



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

SUPERACION DE LA EXPRESION HABLADA EN EL LOCUTOR

OBJETIVO :

Brindar a los participantes los elementos fundamentales de la expresión hablada y escrita a través de la revisión de los conceptos lingüísticos más usuales en nuestro idioma, con la finalidad de que el participante se actualice y difunda a través de su labor, formas de expresión adecuadas.

DURACION: 20 Horas.

DIRIGIDO : Locutores, Comentaristas, Redactores, Reporteros.

CONTENIDO :

1.- MAL USO DE LAS PREPOSICIONES.

- Fruncidas.

2.- ADJETIVOS; SUSTITUYENDO AL ADVERBIO.

- El lugar del adverbio.

3.- VERBO.

- Indicador del tiempo.

- Estudio de los tiempos verbales.

4.- EL VERBO.

5.- CALCAS DEL FRANCÉS Y DEL INGLÉS.

6.- PALABRAS NUEVAS O SIMPLES BARBARISMOS.

7.- EL LENGUAJE DE LAS COMPUTADORAS, LA PALINDROMIA.

8.- EL USO Y ABUSO DEL EUFEMISMO.

9.- LA PARONOMASIA.

10.- PERDEMOS NUESTRA RIQUEZA POR FALTA DE USO

11.- ENRIQUECER EL VOCABULARIO.

12.- LEER, LEER Y LEER.

13.- REPASO.

14.- CONCLUSIONES.



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

FORMACION DE LOCUTORES

OBJETIVO

Profundizar en el manejo de las técnicas de expresión oral, para una mejor comunicación interpersonal y grupal.

CONTENIDO TEMATICO

- I. TEORIAS DE LA COMUNICACION
- II. LA FUNCION DEL LOCUTOR EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION
- III. LENGUAJE ARTICULADO
 - Dicción
 - Entonación
 - Gesticulación
 - Respiración
 - Ritmo
 - Velocidad
- IV. GENEROS PERIODISTICOS
 - Noticias
 - Entrevista
 - Crónica
 - Reportaje
- V. CONDUCCION
 - Aire libre (control remoto)
 - Estudio en vivo
 - Estudio grabado
 - Monólogo
 - Diálogo
 - Discurso preparado
 - Improvisación
- VI. INTERPRETACION ARTISTICA
 - Animación
 - Doblaje
 - Publicidad
- VIII. PRONUNCIACION DE PALABRAS EXTRANJERAS
- IX. ACTITUDES, APTITUDES Y ETICA PROFESIONAL
- X. LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

ACTUALIZACION DE LOCUTORES

OBJETIVO

Mejorar y homogeneizar el nivel de conocimientos y habilidades de los participantes, a través de la detección y eliminación de errores y vicios en aspectos ligados a la locución, así como en el desarrollo y mejoramiento de la dicción, del manejo y uso de nuestro idioma; la definición de un estilo personal propio y de un lenguaje popular, no culto ni literario, pero bien articulado y construido.

DURACION: 24 Horas.

DIRIGIDO A: Locutores, comentaristas y animadores.

CONTENIDO:

- 1.- ANALISIS DE LA VOZ.
- 2.- EJERCICIOS DE RESPIRACION.
- 3.- TRABA LENGUAS.
- 4.- LECTURA DE NOTICIAS Y TEXTOS INSTITUCIONALES.
- 5.- NOCIONES DE IDIOMAS Y PRONUNCIACION DE PALABRAS (INGLES, ALEMAN, FRANCÉS, ITALIANO).
- 6.- PERSONAJES INTERNACIONALES (POLITICA, ESPECTACULOS, DEPORTES).
- 7.- LOS MEDIOS DE COMUNICACION.
- 8.- GRUPOS Y EMISORAS, SIGLAS Y FRECUENCIAS.
- 9.- PROGRAMACION RADIOFONICA.



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION A.C.

TECNICAS DE ENTREVISTA, IMPROVISACION Y CONDUCCION DE PROGRAMAS DE RADIO

OBJETIVO GENERAL

Al término del curso, los participantes adquiriran el conocimiento y la práctica de las principales Técnicas de Entrevista que se manejan en los Medios de Comunicación; desarrollarán la capacidad de improvisación y aprenderán las Técnicas de Comunicación Oral que les permitan superar su capacidad expresiva en la Conducción de programas de radio.

DIRIGIDO A : Locutores, Comentaristas, Reporteros, Productores y todo aquel interesado en desarrollar sus habilidades de expresión y comunicación dentro de la Industria de Radiodifusión.

DURACION : 20 HORAS

CONTENIDO :

1.- TECNICAS DE ENTREVISTA PARA LA RADIO

2.- IMPROVISACION

_ Descripción, Utilidad, Selección, Proyecto, Guía, Refuerzos, Construcción y Prácticas

3.- CONDUCCION DE PROGRAMAS .

4.- LECTURA DE NOTICIAS Y DE TEXTOS INSTITUCIONALES

5.- EJERCICIOS DE VOCALIZACION

6.- TECNICAS PARA DOMINAR LA TENSION EMOCIONAL
_ El nerviosismo, sus causas, sus efectos y su manejo.

CUOTA DE INSCRIPCION

EMPRESA AFILIADA :

EMPRESA NO AFILIADA :



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

TECNICAS DE LA COMUNICACION ESCRITA

OBJETIVO GENERAL

Al término del curso, los participantes aplicarán reglas ortográficas y técnicas de redacción que les permitan enfrentarse exitosamente a las demandas de expresión escrita de su vida profesional.

DIRIGIDO A: A todo el personal que utilice la redacción como herramienta de trabajo para realizar con éxito sus funciones de comunicación escrita.

DURACION: 20 Horas.

CONTENIDO

1.- IMPORTANCIA DE LA COMUNICACION ESCRITA PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL.

2.- VICIOS PROPIOS DE LA EXPRESION ESCRITA.

- Errores de ortografía en grafías, acentuación y puntuación.
- Fallas en la concordancia gramatical.
- Manejo incorrecto de preposiciones.
- Empleo inadecuado del gerundio.
- Pobreza del léxico
- Desorganización del escrito
- Dificultades de registro lingüístico.

3.- TECNICAS DE LA COMUNICACION ESCRITA.

- Elaboración de la estructura interna y externa del escrito.
- Enriquecimiento de vocabulario, nexos y estructuras gramaticales.
- Corrección de estilo.
- Manejo de diccionarios y obras de consulta básicas.

4.- PRINCIPALES DOCUMENTOS.

- La carta
- El memorándum
- La circular
- La minuta.



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

TALLER DE APRECIACION MUSICAL Y LITERARIA Y GENEROS MUSICALES

OBJETIVO:

Al finalizar el taller, los participantes habrán adquirido los conocimientos y habilidades que influyan en la sensibilización, identidad y percepción de su cultura musical, literaria y radiofónica como elementos básicos de la comunicación, la calidad y la productividad en la Industria de Radiodifusión, la cual requiere de personal con actitudes positivas en un mercado cada vez más competitivo.

DURACION: 16 Horas.

DIRIGIDO A: Locutores, Productores, Directores Artísticos, Operadores y todo aquel interesado en fortalecer la calidad y productividad de sus funciones y actividades dentro de la Industria.

CONTENIDO:

1.- APRECIACION MUSICAL.

- Epocas y Generos.
- Instrumentos Musicales.
- Efectos de la Musica
- Jingle Comercial
- Elementos de la Musica

2.- APRECIACION LITERARIA

- Redacción y Ortografía
- Correcciones del Español
- Nociones Gramaticales.
- Raíces Etimológicas.
- Azequemos
- La Prosa y el Verso



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

PERIODISMO RADIOFONICO

OBJETIVO:

Al término del curso los participantes distinguirán las fuentes susceptibles de generar información, conocerán los elementos necesarios para transformar la información en noticias radiofónicas a través de la elaboración de formatos y guiones informativos.

DIRIGIDO A: Locutores, Cronistas, Comentaristas y Reporteros

CONTENIDO TEMÁTICO:

I. CONCEPTOS BÁSICOS DE INFORMACION Y NOTICIA

II. GENEROS PERIODISTICOS

III. GENEROS RADIOFONICOS

IV. EL PERIODISMO RADIOFONICO.

- Adaptación de la información al medio radiofónico

V. LAS FUENTES INFORMATIVAS

- Fuentes especiales
- Entrevistas
- Especialistas
- Protagonistas, etc.

VI. TECNICAS DE INVESTIGACION PERIODISTICA

VII. ORDENACION DE NOTAS

- Redacción y Síntesis

VIII. LA NOTICIA RADIOFONICA

- Adaptación a diversos formatos y situaciones

DURACION: 20 HORAS

INSTRUCTOR: LIC. NAPOLEÓN GLOCKNER FORTÉ



DISTRITO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

TALLER DE GUIONISMO RADIOFONICO

OBJETIVO:

Al término del curso los participantes conocerán y analizarán los elementos que integran el lenguaje de la radio (y televisión), así como los géneros y técnicas empleados en el diseño de programas a fin de elaborar guiones para programas

DIRIGIDO A:

Programadores, Locutores, Cronistas, Comentaristas

CONTENIDO TEMÁTICO:

I LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACION

- El lenguaje radiofónico: ventajas y limitaciones
- El lenguaje radiofónico: sus componentes

II GENEROS PERIODISTICOS

- Práctica: Géneros Periodísticos

III EL PROYECTO DE UNA SERIE RADIOFONICA

- Aspecto técnico-metodológico
- Presentación de proyectos personales
- Práctica: Proyecto de una serie radiofónica y su evaluación

IV EL GUION

- La idea, la sinopsis, la investigación, el guión literario
- Guión técnico, su elaboración y presentación
- Práctica

V EVALUACION DEL AVANCE DE LA PRACTICA DE GUION

VI EVALUACION DE LOS GUIONES REALIZADOS

DURACION: 24 HORAS

INSTRUCTOR: LIC. DELIA CROVI DRUETTA



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

CREATIVIDAD EN PRODUCCION RADIOFONICA

OBJETIVO: Al término del curso los participantes conocerán y aplicarán los diferentes géneros radiofónicos para la elaboración de guiones.

DIRIGIDO A: Personal del área de Producción

CONTENIDO

- I. EL PROCESO DE COMUNICACION
- II. SINTAXIS RADIOFONICA
- III. GUION
- IV. GENEROS RADIOFONICOS
- V. PRODUCCION
- VI. PROGRAMACION

DURACION: 20 HORAS

Horario 1613 Col. Polanco Reforma C.P. 11550 México D.F. Tels: 726-99-09. Directo y Fax 254-18-36

CONTENIDO TEMATICO

TEMARIO:

- 1.- EL PROCESO DE COMUNICACION
 - 1.1 La radio como medio de comunicación masiva
- 2.- SINTAXIS RADIOFONICA
 - 2.1 Musica
 - 2.2 Voz
 - 2.3 Ruidos (efectos)
- 3.- GUION
 - 3.1 Luerario
 - 3.2 Técnico
- 4.- GENEROS RADIOFONICOS
 - 4.1 Periodísticos
 - 4.1.1. Informativo
 - 4.1.2. Entrevista
 - 4.1.3. Debate
 - 4.1.4. Opinión
 - 4.1.5. Reportaje
 - 4.2 Dramatizados
 - 4.2.1. Monólogo
 - 4.2.2. Dialogue
 - 4.2.3. Adaptación
 - 4.3 Musicales
 - 4.3.1. Promoción

5.- PRODUCCION

- 5.1 Grabacion
- 5.2 Musicalizacion
- 5.3 Ambientacion

- 5.3.1 Efectos naturales
- 5.3.2 Efectos reproducidos

5.4 Edición

6.- PROGRAMACION



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

PLANEACION ESTRATEGICA

OBJETIVO:

Durante este curso usted podrá participar en la exposición y discusión de conceptos y metodologías de Planeación Estratégica y Operacional, aplicándolas a las características de su empresa.

DIRIGIDO A : Mandos superiores (Gerentes, Directores)

TEMARIO:

- I. **PLANEACION ESTRATEGICA.**
 - Conceptos.
 - Metodología.
 - Mecanismos de implementación.
- II. **METODOLOGIA PARA LA GENERACION DEL PLAN ESTRATEGICO.**
 - Misión.
 - Diagnósticos/prométicos:
 - internos y externos
 - Objetivos.
 - Estrategia competitiva.
 - Análisis de consistencia interna y externa.
 - Confirmación o revisión de objetivos.
 - Estrategias operativas.
 - Directrices operativas.
 - Monitoreo del entorno.
- III. **METODOLOGIA PARA LA GENERACION DE LOS PLANES OPERACIONALES.**
 - Plan comercial.
 - Plan de producción.
 - Plan tecnológico.
 - Plan de organización.
 - Plan de recursos humanos.
 - Plan de relaciones externas.
 - Plan de inversiones.
 - Plan financiero.
- IV. **APLICACION DE LOS CONCEPTOS Y METODOLOGIAS PARA LA GENERACION DE UN PLAN ESTRATEGICO.**

Se representarán ejemplos de las diversas etapas del proceso de planeación y se realizarán ejercicios tendientes a facilitar el diseño de un plan estratégico.



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

ADMINISTRACION ESTRATEGICA

OBJETIVO GENERAL:

Proporcionar los elementos necesarios para establecer una nueva administración en la empresa, basada en una orientación Estratégica que considere el entorno y el mercado en el que participa la empresa ; así como conocer las técnicas de obtención, análisis y recopilación de datos para las decisiones estratégicas del negocio.

DIRIGIDO A : Mandos superiores (Gerentes, Directores)

DURACION : 24 horas

CONTENIDO:

- 1- **ANALISIS DEL ENTORNO**
 - 1.1 Análisis de la evaluación de los cambios del entorno.
 - 1.2 Diagnóstico estratégico.
- 2- **ANALISIS DE LA POSICION COMPETITIVA ANTE DIFERENTES ESCENARIOS.**
 - 2.1 Seguimiento estratégico
 - 2.2 Sistemas de inteligencia de negocios
 - 2.3 Posición competitiva
- 3- **ADMINISTRACION ESTRATEGICA**
 - 3.1 Planeación estratégica
 - 3.2 Organización estratégica
 - 3.3 Capacidad directiva
- 4- **ADMINISTRACION DE LA TECNOLOGIA**
 - 4.1 Función de la tecnología
 - 4.2 Proceso de innovación
 - 4.3 Capacidad tecnológica
- 5- **ADMINISTRACION ESTRATEGICA DEL CAMBIO**
 - 5.1 Administración del cambio
 - 5.2 Métodos alternativos para administración del cambio
 - 5.3 Comportamiento estratégico de la organización



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

FINANZAS PARA EJECUTIVOS NO FINANCIEROS

TEMARIO:

I. CONCEPTOS BASICOS DE CONTABILIDAD.

- Este tema permitirá al participante conocer, aplicar y unificar los conceptos fundamentales de la contabilidad financiera con objeto de comprender mejor los resultados de su organización.

II. INTERPRETACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS BASICOS.

- Balance
- Estado de resultados
- Origen y aplicación de recursos
- El participante podrá interpretar los principales estados financieros y orientarlos a hacer de éstos una herramienta gerencial y de toma de decisiones.

III. TECNICAS DE PRESUPUESTACION.

- En este tema se revisarán los conceptos básicos de planeación y presupuestación, así como las diferentes técnicas que existen (presupuesto departamental flexible, base cero), con objeto de que los participantes puedan orientar éstos como una herramienta gerencial orientada al logro de objetivos.

IV. CONCEPTOS BASICOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA.

a) Costo del dinero.
b) Administración de efectivo.
c) Administración de cuentas por cobrar/pagar.
d) Administración de inventarios.
e) Inversiones de activos.
f) Rentabilidad.

- Este tema, permitirá al participante conocer la importancia del flujo de caja y la rotación del capital como elementos generadores de la rentabilidad de una empresa.

V. TALLER/EJERCICIO: SIMULACION JUEGO DE NEGOCIOS "PROGRAMA DE DECISIONES ESTRATEGICAS".

- Usando el juego de negocios con que cuenta INFOTEC los participantes pondrán en práctica todos los conceptos aprendidos, pudiendo observar de inmediato los resultados de sus decisiones, planeación deficiente y la capacidad de coordinación para el logro de resultados.

OBSERVACIONES:

- Los temas I y II deberán impartirse de preferencia el mismo día o continuar al día siguiente.
- Los temas III y IV pueden impartirse en forma independiente en diferentes días.
- El ejercicio deberá darse en un sólo día y de preferencia a todo el grupo participante, a diferencia de los temas anteriores que pueden impartirse a dos grupos distintos.

DURACION: 24 HORAS.

EXPOSITOR: ING. EDMUNDO RAMIREZ TORRES.

ACTUALIZACION SECRETARIAL

OBJETIVO: Al término del curso los participantes reconocerán los sistemas básicos de organización que le permitan desarrollar sus labores con mayor eficiencia y valorar la importancia de la calidad en el servicio dentro de la empresa radio-difusora.

DIRIGIDO A: Secretarías, recepcionistas y puestos afines.

DURACION: 20 Horas

CONTENIDO:

- 1 - Proceso Administrativo
- 2.- Administración del Tiempo
- 3 - Comunicación y Relaciones Interpersonales
- 4 - Motivación y Autoestima
- 5.- El Servicio en la industria de Radio y Televisión

CONTENIDO TEMATICO

1.- PROCESO ADMINISTRATIVO

- 1.1. Objetivos de la empresa de radio y televisión
- 1.2. Perfil ideal de la secretaria
- 1.3. Planeación, Organización y control del trabajo

2.- ADMINISTRACION DEL TIEMPO

- 2.1. Análisis del uso del tiempo
- 2.2. Desperdiciadores del tiempo de la secretaria
- 2.3. Técnicas para el mejor aprovechamiento del tiempo

3.- COMUNICACION Y RELACIONES INTERPERSONALES

- 3.1. Comunicación interpersonal, grupal y organizacional
- 3.2. Escucha efectiva y reglas de retroalimentación
- 3.3. Manejo de actitudes
- 3.4. Barreras y facilitadores de las relaciones interpersonales

4.- MOTIVACION Y AUTOESTIMA

- 4.1. Personalidad y desarrollo personal
- 4.2. Inventario de metas personales
- 4.3. Calidad en el trabajo

5.- EL SERVICIO EN LA EMPRESA DE RADIO Y TELEVISION

- 5.1. Actitud de servicio
- 5.2. Clientes internos y clientes externos
- 5.3. Principales reglas para dar un buen servicio



INSTITUTO DE CAPACITACION
DE LA INDUSTRIA DE
RADIO Y TELEVISION, A.C.

COMUNICACION Y TECNICAS DE VENTAS PARA LA RADIO

OBJETIVO:

Al término del curso, los participantes:

- _ Conocerán el proceso de comunicación, cuales son las motivaciones y cómo utilizar esta información durante el proceso de ventas.
- _ Desarrollarán conductas prácticas y productivas así como una actitud más receptiva y motivante, hacia la venta de espacios en radio.
- _ Aprenderán nuevas técnicas de ventas que permitan satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes.
- _ Comprenderán la importancia de su rol en la comercialización de su empresa, motivándolo a prepararse como vendedor-asesor.

ESTRUCTURA

El diplomado se divide en tres módulos de 24 cada uno, 12 horas de participación activa en curso y 12 horas de auto aprendizaje

Para tal efecto se proporcionará material a fin de que el participante lo estudie en casa, envíe sus trabajos y se evalúe el proceso, resultando por tanto necesario para el completo cumplimiento de los objetivos que el participante curse los tres módulos.

CONTENIDO TEMATICO

MODULO I

COMUNICACION Y TECNICAS DE VENTAS

- I INTRODUCCION
- II PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL Y SU APLICACION PRACTICA A VENTAS
- III COMUNICACIONES
- IV MOTIVACION DE LOS CLIENTES DIRECTOS
- V CONDUCTAS PRODUCTIVAS EN VENTAS
- VI VENTAS EFECTIVAS

MODULO II

VENTAS PERSUASIVAS

- I COMUNICACION II
- II CONDUCTAS PRO-ACTIVAS
- III PROGRAMAS Y PREPARACION
- IV LOS PROCESOS DE COMPRA
- V ESCUCHAR PARA VENDER
- VI CLIENTES DIFICILES
- VII SATISFACCION DE NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES

MODULO III

EL VENDEDOR ASESOR

- I MODELOS AVANZADOS DE COMUNICACION Y CONDUCTA PROACTIVA
- II PLANEACION, IMPLEMENTACION Y CONTROL DE LA OPERACION DE VENTAS
- III TECNICAS AVANZADAS DE CIERRE
- IV ASESORIA A CLIENTES DIRECTOS
- V EL PROCESO CONTINUO DE VENTA
- VI EL ROL DEL VENDEDOR ASESOR

INSTRUCTOR: LIC. ALBERTO SINGER AVILA

Lic. en Administración de empresas, especializado en mercadotecnia, comunicación y psicología organizacional en México y E.U.A.

Ha trabajado en varias de las principales empresas transnacionales a nivel directivo en mercadotecnia y publicidad; actualmente es consultor en ambas ramas y capacitador con amplia experiencia en la Industria Radiodifusora.

FE DE ERRATAS

PAGINA	DICE	DEBE DECIR
V	varon	ron
75	públicamente	públicamente
202	dores	res