



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLAN
JEFATURA DEL PROGRAMA DE PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA

*"EMPRESARIOS MEXICANOS: LA VOZ DE LA
PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (PYME)
A TRAVES DE INTERNET Y LA ONDA CORTA"*

TESINA PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
**LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA**
P R E S E N T A
GERARDO SANCHEZ GUADARRAMA

ASESOR: LIC. M. VENUS ARMENTA FRAGA

ACATLAN, EDO. DE MEXICO, A ABRIL DE 2004





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

Dedico este trabajo a mi madre, que con su ejemplo de lucha y fortaleza, he logrado este sueño. Gracias MAMÁ...

A ti, Abuela, donde quiera que estés...

Gabriela, Ana María, Paulina y Jair. También esto es de ustedes.
Los quiero mucho...

A mis sobrinos: Lalo, Mariana, Sofía, Mauricio, Carmen y Sarif;
por que en ustedes veo a unas valiosísimas criaturas...

A Alfonso, Gabriel y Jimy.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Gerardo Sánchez

Guadalupe

FECHA: 22 abril 2004

FIRMA: 

Lic. Venus Armenta Fraga, gracias por tu inagotable paciencia.

Agradezco profundamente a la familia Sánchez Hanson por su respeto, tolerancia y cariño, invaluable e insuperable.

A la familia Sánchez Zaragoza, por apoyarme siempre.

A Cristina del Razo, por darme la oportunidad en la cabina de RMI; y a Alejandro Joseph por abrirme la puerta por segunda ocasión.

A los que hicieron en algún momento la maravillosa historia de Radio México Internacional. Especialmente a Oscar García, Mireya, Lulú, Casandra, Jacqueline.

A todos mis amigos, compañeros y profesores.

A Acatlán, a la Universidad, a mi país.

INDICE

Introducción	1
Capítulo I. XERMX Radio México Internacional OC, <i>La voz de México al mundo</i>	1
1.1. ¿Qué es la radiodifusión por Onda Corta (OC)?	2
1.1.1. Fundamentos físicos	2
1.1.2. Antecedentes Mundiales	7
1.1.3. La onda corta en México	12
1.2. Radiodifusión por Internet	17
1.2.1. ¿Qué es Internet?	18
1.2.2. Internet como nuevo medio de comunicación	24
1.2.3. Radio por Internet. Diferencias ante la Radio tradicional	28
1.3. Radio México Internacional OC, <i>La Voz de México al Mundo</i> .	35
1.3.1. Historia de la emisora Radio México Internacional OC	36
1.3.2. Funcionamiento actual de Radio México Internacional de la Onda Corta al Internet.	42
1.3.3. Programación actual.	46
1.4. Sobre la mediana y pequeña empresa (PYME).	62
1.4.1. Definición de PYME.	63
1.4.2. Historia de PYME en México.	64
1.4.3. Importancia de la PYME.	65
Capítulo II. Respecto a la elaboración de un espacio radial para RMI OC	67
2.1. Cómo hacer un programa de radio.	67
2.1.1. Elementos de expresión de la radio	68
2.1.2. Guión radiofónico.	70
2.2. Sobre la pertinencia de la propuesta radiofónica <i>Empresarios Mexicanos</i>	75
Capítulo III. Propuesta radiofónica: <i>Empresarios Mexicanos</i>.	77
3.1. Objetivo general de <i>Empresarios Mexicanos</i>	77
3.2. Formato de <i>Empresarios Mexicanos</i>	79
3.2.1. Características de Forma	80
3.2.2. Características de contenido.	84
3.3. Guión de <i>Empresarios Mexicanos</i> .	87
Conclusiones.	179
Bibliografía.	186
Anexos.	

INTRODUCCIÓN.

*Hay que decirlo todo,
la primera de las libertades
es la libertad de decir todo.*

Maurice Blanchot.

El 14 de abril de 1912 el *New York Tribune* publicó una entrevista con el inventor de la telegrafía sin hilos: Guglielmo Marconi, uno de los hombres que a través de su persistencia, destacó en el campo de las ciencias y heredó al mundo los cimientos de lo que ahora es uno de los medios de comunicación más influyentes en la vida del ser humano: la radio.

En el texto que cito, el físico italiano tenía la certeza de que sus experimentos trazarían líneas sonoras a lo largo del mundo. Inclusive, vislumbró la posibilidad de que en algún momento el ser humano podrá sintonizar su mente con otra persona:

“Estoy seguro de ello, hasta cierto punto ya lo hacemos, pero algún día, al entrar en un restaurante, cuando el camarero le pregunte ‘¿Viene sola?’, le contestará, ‘Oh, no, estoy esperando a alguien’, emitirá una o dos ondas y ese alguien aparecerá.”¹

Y aunque la radiodifusión o el envío de ondas todavía no alcanzan a entablar este tipo de intercambio de mensajes, por lo menos ya es un medio de comunicación de distinguible presencia.

Establecer contacto a través de la radio ha facilitado el trueque de señales entre hombres y mujeres en todo tipo de situaciones: lo he constatado cuando se

¹ Entrevista realizada por Kate Carew., tomada de: SILVESTER, Christopher. *Las grandes entrevistas de la historia (1859 – 1992)*. Pról. Rosa Montero. Trad. Herminia Bevia y Antonio Resines. España. Editorial El País / Aguilar. 2ª edición. 1997. p. 204.

trata de salvar vidas en los eventos de emergencia o de desastre naturales, también informar respecto a los acontecimientos que se generan en lugares distantes ha sido posible gracias a las ondas hertzianas, y que decir de su uso como pasatiempo o acompañante durante los largos trayectos de espera a bordo del automóvil, actividad en la cotidiana jornada de los que habitamos esta saturada ciudad.

De pronto, mover de izquierda a derecha y viceversa el cuadrante del aparato radial resulta en ocasiones hasta divertido, para quienes buscamos escuchar una canción agradable o algún programa de contenido que nos atrape en ese momento, desde el informativo vial, la noticia del momento; hasta historias de fantasmas y chismes del espectáculo, en fin, hay para todos los gustos.

Descubrimos también a la radio, como medio de comunicación, que presenta nuevas formas de acercarse al público, tal es el caso de Internet, que comienza a alinearse en las filas de transmisión radial como a la usanza de la Amplitud Modulada, la Frecuencia Modulada y la antigua Onda Corta, pero con matices diferentes.

En este sentido, resulta conveniente comenzar a exponer el propósito de este texto que trata justamente sobre un programa de radio para transmitirse vía Onda Corta e Internet por la emisora Radio México Internacional OC (RMI).

El objetivo de esta tesina* consiste en patentar los principios para desarrollar un programa que en su temática se vea reflejado el quehacer de las Pequeñas y medinas empresas.

* Se entiende por tesina como un trabajo individual que presenta el aspirante a la titulación... para abordar una problemática teórica o metodológica o técnica o instrumental o de una práctica comunicativa... Las condiciones académicas para la elaboración de la tesina son: a) planteamiento riguroso de las temática, problema o práctica comunicativa; b) exposición de la teoría o metodología en la que se basa el trabajo; c) reflexión global y crítica del trabajo realizado; d) manejo de información suficiente y actualizada sobre el tema. Información proporcionada por la Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva.

La realización de esta propuesta radiofónica parte inicialmente de mi interés, y que al concluir este trabajo confirmo, sobre las artes radiales; donde la oportunidad de difundir información a través de opciones de difusión, tales como: la antigua Onda Corta y el novedoso e implacable Internet, parece de suma trascendencia en mi carrera profesional.

Resulta irónico, que el antecedente más remoto y el más reciente de la radiodifusión convergen para un mismo objetivo: la transmisión de RMI. Y es precisamente esta combinación de medios severamente contrastantes, en lo que se refiere a su tiempo de origen, pero ambos de alcance internacional, es lo que genera otra inquietud de mi parte para realizar una propuesta radial.

Entonces, uno de los aportes que considero genera esta propuesta radiofónica, es mostrar, la manera en que se van combinando las formas de transmisión de mensajes, en función de los cambios tecnológicos que surgen de modo vertiginoso en los medios de comunicación, así como los elementos necesarios para construir un programa de radio.

Es decir, en este trabajo se podrá conocer la manera en que estaciones como Radio México Internacional OC (RMI), que parecían abandonadas y a punto de desaparecer por transmitir en una frecuencia sin rentabilidad comercial, renuevan su programación mediante la combinación de dos formas de transmisión: Onda Corta e Internet, utilizando ésta última como una estrategia para evitar la desaparición de la emisora, promoviendo a través de la red, plataformas comerciales, que propicien la permanencia de RMI dentro del conjunto de radiodifusoras que habitan en el Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

Este hecho, el de transmitir a nivel Internacional, invoca a los que están detrás del quehacer radial, a concentrar su atención en minuciosas reflexiones sobre la pertinencia de las temáticas a tratar en ambos medios, y sobretodo lo que implica la transmisión vía Internet.

De esta manera, hablar de las temáticas que se toman en cuenta dentro de la programación de RMI, tiene que ver directamente con sus expectativas y objetivos, que la asumen como una 'ventana de México al mundo' en cuanto a mensajes se refiere, en otras palabras, la misión de RMI es:

Ofrecer la imagen de un México moderno, democrático, con gran apertura informativa; que fomenta el desarrollo educativo, apoya las expresiones artísticas y la investigación científica y social; todo, a través del aprovechamiento de las nuevas y viejas tecnologías de comunicación a distancia.

A petición de la misma radiodifusora, así como de mis inquietudes personales, decidí realizar esta propuesta radial a propósito de la Pequeña y mediana empresa (Pyme) mexicana, pues la utilidad de este trabajo se enfoca directamente en propiciar un escenario de difusión internacional para este sector económico de relevancia en el país y el mundo.

El contacto con los empresarios me ha dejado clara evidencia de que muchos de ellos realizaron patente su empresa, debido a la suspensión de sus antiguos empleos o a la falta de oportunidades para desarrollarse en un trabajo dignamente remunerado.

Además, he notado que este sector, de por sí libra diversas batallas para el logro de su eficaz desarrollo, algunas de ellas son: un injusto sistema de recaudación de impuestos, carencia de esquemas y planteamientos adecuados para mejorar sus procesos, así como la invasión de mercancía ilegal, que representa una competencia desleal; aunado al ingreso de transnacionales al país, que se desempeñan bajo un inadecuado marco legal, elaborado sin tomar en cuenta otro tipo de necesidades nacionales. A todo esto, reparar en gastos de difusión de sus productos o servicios, parece un egreso que ni siquiera es contemplado en la agenda de gastos de las Pymes.

Por consiguiente, se espera que el resultado de este proyecto radiofónico, sea una contribución para fomentar el reconocimiento de la actividad empresarial en el país y en el extranjero, realidad que puede lograrse a través de Radio México Internacional (RMI) debido a sus características de transmisión con cobertura internacional.

Propiamente dicho, el objetivo de este espacio radial es:

Transmitir a los radioescuchas nacionales e internacionales, a través del aprovechamiento de las viejas y nuevas tecnologías, información relacionada con el mundo empresarial en México, específicamente referida al sector de las Pymes (Pequeña y mediana empresa), mediante entrevistas realizadas con los representantes del sector, así como con cápsulas informativas.

De esta manera, el logro de este objetivo lo determiné planteándome la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los elementos radiofónicos que permitirán elaborar una propuesta de producción radiofónica de transmisión vía Onda Corta e Internet para RMI, cuyo referente sea la Pyme?

A continuación presento a usted lector, en las siguientes páginas de este texto cada uno de los tópicos que me sirvieron para la realización de este proyecto, donde la distribución de éstos quedó integrada y se desarrollan de la siguiente manera:

En el capítulo I se presenta un contexto que permite vislumbrar el panorama de Radio México Internacional, para entender las características socioculturales del medio al que se presenta la propuesta, pues de esta condición depende en gran medida la aceptación del programa para presentarlo acorde a la normativa de esta emisora. También se aborda un panorama general de la radiodifusión por Onda Corta e Internet, pues esta fusión de medios es la vía en que trasmite actualmente RMI; donde la propuesta debe formularse según las exigencias de ambos medios,

especialmente de Internet, que demanda características específicas para la difusión de los productos radiales.

En este primer capítulo, se define a la Pequeña y mediana empresa, mediante la explicación de su desarrollo histórico, así como las condiciones que la conforman actualmente, para sustentar los elementos que justificaron la pertinencia de una propuesta radiofónica que trate esta temática, y no de otra.

El capítulo II, habla de las características esenciales que se deben tomar en cuenta para la realización de una producción radiofónica, destacando la importancia del guión radiofónico como herramienta básica para la construcción de cualquier producto radial. Y aunque, como se ya se dijo, realizar programas de radio para Internet exige determinadas características diferentes a la radiodifusión tradicional, se determinan estas condiciones en el segundo capítulo, pero sin olvidar la convergencia que hace RMI con la Onda Corta y la "red de redes".

Además, quedan fincadas las bases respecto a la pertinencia del programa *Empresarios Mexicanos*, para Radio México Internacional, unificando la información que se ha presentado hasta estas páginas.

Por último, el capítulo tercero de esta tesina, será el espacio dedicado para conocer las características de la propuesta radiofónica *Empresarios Mexicanos*. Aquí el lector podrá conocer la estructura del programa, así como las características de forma y contenido que fueron determinadas a partir de la normativa dictaminada por RMI. Se descubre también la forma en que se integran los trece programas, con una duración de quince minutos, justo como lo solicitó la estación.

Al final, se concluye este trabajo partiendo de los elementos básicos que se requieren para la realización de un programa radial, que trata sobre la Pyme, para la estación RMI, que transmite vía Onda Corta e Internet.

Capítulo I

XERMX Radio México Internacional OC,

La voz de México al mundo

Diseñar una propuesta de producción radiofónica de transmisión vía onda corta e Internet para Radio México Internacional cuyo referente sea la Pequeña y mediana empresa (Pyme), denominado *Empresarios Mexicanos* es el motivo fundamental de este texto.

Por ello, en este capítulo, el lector podrá conocer cuál es la lógica funcional de la frecuencia Onda Corta y de Internet, también se advierte un recorrido histórico, por el mundo y México, sobre el uso de estas formas de transmisión, además, una descripción del funcionamiento de la emisora Radio México Internacional OC (RMI), formarán el contexto que rodea al espacio radiofónico *Empresarios Mexicanos*. Al finalizar, el lector encontrará una explicación respecto a la temática de la propuesta, es decir, la Pequeña y mediana empresa (Pyme).

Esta esquematización de temáticas: Onda Corta, Internet, Radio México Internacional, así como Pequeña y mediana empresa; son los elementos que conforman la plataforma contextual que rodea al proyecto *Empresarios Mexicanos*.

La radio transmite sonidos, voces, música; experimenta con las nuevas tecnologías, creando los ambientes más perturbadores e inquietantes: disparos, explosiones. Todos los esfuerzos dirigidos al oído, y a su vez, al cerebro: nutriendo la imaginación. Esto convierte fascinante el hábito de escuchar la radio.

Mejor aún, pensar en la posibilidad de escuchar mensajes de otros lugares que están a miles de kilómetros de nuestros hogares, sin la necesidad de invertir grandes sumas de dinero en antenas satelitales. Esta opción es posible con la Onda Corta (OC) y con el Internet

1.1. ¿Qué es la radiodifusión por Onda Corta (OC)?

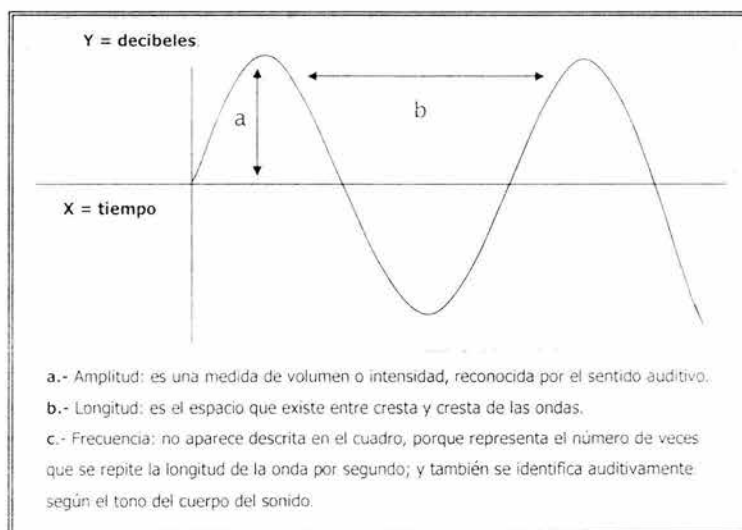
Es necesario explicar algunos tecnicismos que conforman la transmisión de mensajes a través de la Onda Corta; pues estas características son determinantes para entender los objetivos de la emisora RMI.

1.1.1. Fundamentos físicos.

Se ha señalado que la radio transmite sonidos. El sonido se propaga mediante ondas, por lo tanto, se debe partir del movimiento ondulatorio para comprender el funcionamiento de las ondas de radio.

“El movimiento ondulatorio se expresa en términos gráficos con una onda. Una onda tiene diversas características que la constituyen y la hacen distinta a las

demás"¹. A continuación se presenta un esquema donde se explican aquellas características que hacen distintivas a las ondas entre sí.



Ahora bien, las frecuencias se miden en hertz (Hz). Un hertz equivale a una longitud de onda en un segundo. A esta unidad de medida se añaden los términos kilohertz (KHz) y megahertz (MHz). "Se puede decir que a mayor frecuencia, menor longitud de onda".²

"Cuando se observa el dial de un radio receptor se puede ver que la modalidad AM (onda media) está medida en kHz, oficialmente desde los 560 hasta los 1600 kHz, mientras que la de FM (VHF) está medida en MHz, oficialmente desde los 88 hasta los 108 MHz. Un megahertz son 1000

¹ GARCILITA Olmedo, Esther. JOSEPH Esteinou, Alejandro. *La radio sin fronteras: estudio introductorio a la radiofonia por onda corta*. Tesis de Licenciatura. México. Universidad Intercontinental. 2001, p.33

² *Ibidem*, p. 34

kHz, lo cual quiere decir que si se escucha el 88.1 de FM se estará escuchando una señal que vibra a 88100 kHz...”³

La Onda Corta y la banda de radioaficionados se ubican oficialmente entre los 1600 y los 30000 kHz.

Precisamente, el nombre de “Onda Corta” le fue asignado debido a las señales que emana, ya que, (además de desplazarse por todo el mundo), contiene frecuencias más altas, por consiguiente, longitudes de onda más cortas que las señales de AM (onda media). Evidentemente existen ondas más cortas, pero este fue el nombre asignado en la época según los adelantos tecnológicos que había en aquel entonces

Para visualizar de una manera general la categorización de las frecuencias según su modalidad de emisión, se presenta a continuación un esquema internacionalmente aceptado que nuestro país ha adoptado, es decir, la siguiente tabla muestra al lector los usos de las frecuencias según las necesidades de quienes recurren a ellas para el intercambio de mensajes, desde las utilizadas por la comunidad marítima y aérea hasta las requeridas por la misma radiodifusión y por los sectores de seguridad social de cualquier país.

³ *Ibidem*, p.39.

Categorización de las frecuencias según su modalidad de emisión.

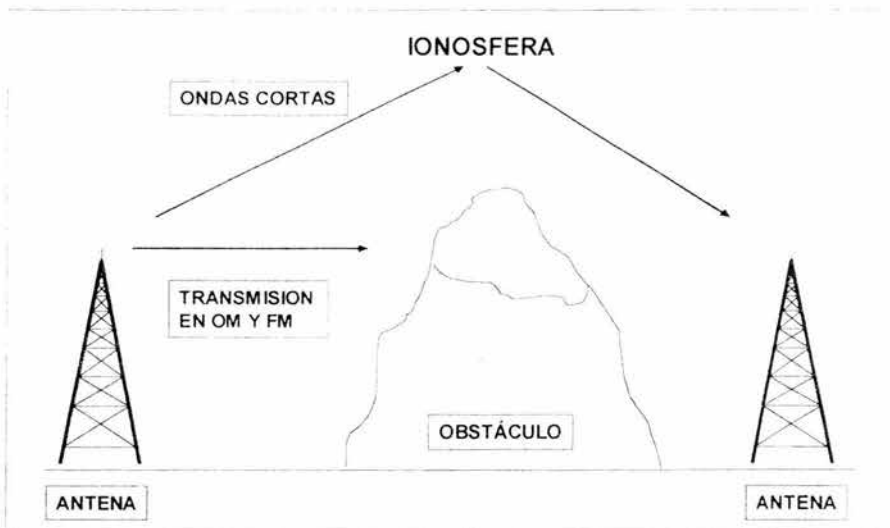
Frecuencia kHz.	Clasificación o asignación.
150 - 540	Radio faros o balizas de navegación
500	Pedido internacional de auxilio
540 - 1600	Radiodifusión en AM (onda media)
1610	Información de aeropuertos
1800 - 2000	Banda de radioaficionados (170 mts.)
2300 - 2498	Radiodifusión internacional (120 mts.)
2500	Señal horaria de WWW
3500 - 4000	Banda de radioaficionados (80 mts.)
5000	Señal horaria de WWW
5950 - 6200	Radiodifusión internacional (49 mts)
6200 - 6525	Comunicaciones marítimas
7000 - 7300	Banda de radioaficionados (40 mts.)
7000 - 7300	Radiodifusión internacional (40 mts.)
9500 - 9900	Radiodifusión internacional (31 mts.)
10000	Señal horaria WWW
10100 - 10150	Banda de radioaficionados (30 mts.)
10150 - 11175	Radiodifusión internacional
14000 - 14350	Banda de radioaficionados (20 mts.)
15000	Señal horaria de WWW
20000	Señal horaria de WWW
21000 - 21450	Banda de radioaficionados (15 mts.)
21450 - 21850	Radiodifusión internacional (13 mts.)
24890 - 24990	Banda de radioaficionados (12 mts.)
25670 - 26100	Radiodifusión internacional
26900 - 27400	Banda ciudadana
28000 - 29700	Banda de radioaficionados (10 mts.)
49820 - 49900	Comunicaciones con baja potencia
50000 - 54000	Banda de radioaficionados (6 mts.)
54000 - 88000	Televisión canales 2 - 6
72030 - 72900	Radiocontrol para aeronaves solamente
75430 - 75870	Radiocontrol general
88000 - 108000	Radiodifusión en FM
88000 - 108000	Micrófonos inalámbricos
108000 - 118000	Radiofaros o balizas de navegación aérea
118000 - 136000	Aeronaves
144000 - 148000	Banda de radioaficionados (2 mts.)
153000 - 155000	Policías, Bomberos, Municipal
158000 - 159000	Policías, Bomberos, Municipal
162400 - 162550	Información meteorológica
174000 - 216000	Televisión canales 7 - 13
220000 - 225000	Banda de radioaficionados
440000 - 450000	Banda de radioaficionados (70 cm)
470000 - 890000	Televisión canales 14 - 83
902000 - 5925000	Bandas de radioaficionados

Pero, ¿cómo se propaga la Onda Corta, que a diferencia del AM o FM, su señal puede llegar a todo el mundo? ¿De qué depende esta situación?

Antes que nada, hay que entender que la propagación de las ondas de radio de OC depende de tres variables:

- A) la atmósfera
- B) el sol
- C) la frecuencia utilizada

"...Mientras que las estaciones de AM (onda media), FM o TV propagan su señal, es decir, transmiten vía ondas terrestres u ondas espaciales, la onda corta lo hace vía reflexión ionosférica, permitiéndole así llegar más lejos."⁴



* Gráfica de transmisión de ondas por modalidades.

⁴ *Ibidem*, p. 36

Una vez esquematizada la forma de propagación de la frecuencia Onda Corta, pues es determinante entender este proceso, ya que en función de éste, es como las emisoras, incluyendo a RMI, plantean sus objetivos de existencia. Ahora será necesario dar un recorrido por la historia del uso de este tipo de frecuencias y el impacto que tuvo en el mundo y en nuestro país.

1.1.2. Antecedentes mundiales

Se considera necesario explicar los antecedentes históricos de la onda corta a nivel mundial, con la finalidad de crear un contexto histórico para la estación Radio México Internacional y para la onda corta como medio de radiofonía.

La radio "es un fenómeno interdisciplinario (...) resultado de la investigación simultánea mundial con fines científico-políticos en un principio, para después tomar su carácter cultural (abarcando esto último la sociedad y las formas actuales de hacer radio)".⁵

Como todo invento científico, la radio pasó por una etapa experimental, la cual está comprendida en tres momentos:

- i) *La fase de observación:* esta fase también es aplicada para la Onda Larga (OL), Onda Media (OM) y Frecuencia Modulada (FM). Aquí desfila la teoría conjunta del electromagnetismo, propuesta por Maxwell; después surgen las ondas hertzianas, derivadas de las teorías maxwellianas; a Eduardo Branley y su cohesor (detector de ondas hertzianas), así como un sinnúmero de científicos que hicieron posible los primeros pasos de este medio.

⁵ *Ibidem*, p. 2.

- ii) *La fase de la comprobación e incorporación de los fenómenos relacionados*: en esta fase es posible distinguir al quien se considera como el padre de la radio: Guillermo Marconi; él utilizó de manera conjunta las técnicas de la época y consiguió realizar las primeras experiencias comprobatorias. A finales de la década de los noventa del siglo XIX, logró establecer comunicación entre ciudades intercambiando señales Morse.

- iii) *La fase de la aplicación y determinación de las leyes y principios*: aquí se establece a la onda corta como medio de radiofonía.

Aún sin poder transmitir la voz humana, en 1901 se realizó el primer enlace trasatlántico...

“... mismo que permitió a los gobiernos pensar en cuatro vertientes de aplicación para el naciente medio:

- a) Posibilitar la rápida conexión de los países imperialistas con sus colonias,**
- b) Realizar telecomunicaciones con embarcaciones,**
- c) Establecer un veloz contacto con las fuerzas militares distantes; y**
- d) Agilizar la comunicación telegráfica.”⁶**

En 1910, Lee de Forest consolidó al nuevo medio de comunicación, con la transmisión de la voz de Enrico Caruso desde el Metropolitan Opera.

En la Primera Guerra Mundial la radiofonía por onda corta “fue tan determinante que sin temor a equivocarse, se puede afirmar que el factor psicológico y estratégico que devino el uso de la onda corta durante el conflicto ayudó a vencer a las fuerzas totalitarias, quienes a su vez utilizaban este mismo

⁶ *Ibidem*, p. 4.

canal para transmitir y difundir su propaganda y mantener sus contactos diplomáticos⁷.

Al finalizar la Primera Guerra Mundial, la radiotelegrafía tenía dos aplicaciones fundamentales: como un servicio telegráfico y como medio de comunicación para actividades bélicas. Sin embargo, a finales de los años veinte, la radio era contemplada con funciones de tipo social (informar y educar) y como un mecanismo comercial (entretener, vender).

Estos dos modelos fueron utilizados según las visiones de cada gobierno, por ejemplo, en Francia utilizaron de manera equilibrada los dos modelos; en Estados Unidos predominó el modelo comercial; en Alemania, la intervención del estado fue directa, donde las emisiones eran de corte culturales y educativas; por su parte, Inglaterra optó por "un servicio público que estaba constituido por un monopolio sin ser organismo estatal"⁸, dando lugar a la creación de la British Broadcasting Company (BBC)

"En 1925, Rusia emitió los primeros programas de onda corta"⁹, de ahí comenzaron a surgir otras estaciones de tal frecuencia en el resto del mundo, este avance obligó a Europa y Norteamérica dar inicio a la normativización de la radio en términos internacionales.

"La radiodifusión sin fronteras era casi una realidad mundial, estatal o comercial, cultural o de entretenimiento, pero a punto de saturar el éter con sus múltiples y variados mensajes".¹⁰

⁷ Ibidem p. 5.

⁸ ALBERT, Pierre, Andre-Jean Tudesq. *Historia de la radio y la televisión*. México. Ed. Fondo de Cultura Económica. 1982. p. 27.

⁹ GONZÁLEZ, Roberto. *Radiodifusión de onda corta en México*. Xalapa, Veracruz. Ed. El autor. México. 2001. p. 4

¹⁰ GARCILITA Olmedo, *Op. cit.* p. 10.

Para la década de los años treinta, la OC es considerada como la manera de difusión de la información más adecuada. Se dan cuenta que a la OC no le importa frontera alguna. Y este hecho es de vital importancia para las naciones que se preparaban para una nueva guerra: algunos países comenzaron a transmitir en varias lenguas con fines políticos y propagandísticos, dejando a un lado la intención de difundir contenidos relacionados con la cultura de los pueblos.

Durante la Segunda Guerra Mundial, los países en conflicto utilizaron a la OC como un arma más en la dura guerra. Por ejemplo:

En el caso de los países totalitarios, Rusia transmitía a los pueblos mediante sus programas Agitrop (Agitación y Propaganda), además, ejerció una censura total a la recepción de emisiones del extranjero; desde Italia, Mussolini optó por difundir sus hazañas colocando aparatos receptores en escuelas, plazas públicas, fábricas y pequeñas comunidades. La radio nazi, encabezada por Goebbels, siguió la misma línea de penetración, pero la diferencia consistía en que suspendían todas las actividades para asegurar que la audiencia escuchara los discursos de Hitler, transmitían al extranjero en 28 lenguas mediante su estación de Onda Corta en Zeesen.

Los países liberales también hicieron lo suyo en materia de OC, "y aunque no llegaron a totalizar el medio, sí la poblaron de discursos y campañas para fortalecer su lucha"¹¹, además intentaban contradecir la postura de los adversarios, principalmente la *nazi*.

El gobierno inglés y sus aliados aprovecharon las instalaciones de la BBC¹² para difundir mensajes como una forma de resistencia durante la época en que los nazis ocupaban casi toda Europa. Un claro ejemplo se dio con la emisora Radio Oranje, impulsada por el gobierno holandés cuando en 1940 se instaló en Londres

¹¹ *Ibidem*, p. 15.

¹² En 1926 dejó de ser la *British Broadcasting Company*, para convertirse en la *British Broadcasting Corporation*.

con el objetivo de ayudar a los holandeses que permanecían en su país, enviándoles diversos mensajes para que conservaran la esperanza en aquellos momentos de guerra. En 1941 surgió Radio Brandaris, estación holandesa apoyada por Inglaterra, con un tono más agresivo. Ese mismo año se fusionaron las dos emisoras.

"Radio Oranje se volvió tan popular entre los holandeses que los alemanes trataron de detener su influencia, primero prohibiéndole a la gente que escuchara sus transmisiones. Tiempo después las tácticas conciliatorias de los alemanes cesaron y empezaron a confiscar los radios"¹³, propiciando revueltas y huelgas en 1943.

Resulta evidente la gran influencia que tuvo la radio por Onda Corta en esos momentos de violencia mundial. Su importancia como medio de comunicación fue trascendental para el resultado final de la guerra. Los gobiernos se dieron cuenta de los potenciales propagandísticos que tan acertadamente habían sido utilizados durante el conflicto.

Durante la guerra fría, los dos bloques que dividían al mundo continuaron con su lucha ideológica a través de la radiodifusión por OC, pues era el único medio de penetración en todo el mundo.

Se puede ejemplificar con el caso de Voix de L'Amérique, que tenía aproximadamente cien emisoras en todo el mundo. Esta estación dependía del International Broadcasting Division del Departamento de Estado, y difundía en 26 lenguas desde Manila, Honolulu y Okinawa. Su objetivo primordial era realizar actos propagandísticos anticomunistas.

El avance tecnológico permitió las primeras transmisiones de la frecuencia modulada y de otras ondas antes no explotadas. La producción de receptores fue

¹³ GARCILITA Olmedo, *Op. cit.* p. 16.

poblando cada vez más los hogares de los cinco continentes, aunque en menor medida en Asia, África y Sudamérica. En algunos países de América Latina las transmisiones fueron comercializadas de manera excesiva.

Es en este mismo periodo cuando se designan las frecuencias de onda corta a estaciones importantes como la CBC en Canadá, la RAI en Italia y Radio Exterior de España, por mencionar algunas.

Este es el desarrollo mundial de la radiofonía por OC, ahora, para continuar con este marco histórico, se considera importante revisar algunos indicios de la OC en México, para focalizar la tendencia de esta forma de transmisión en tierras aztecas.

1.1.3. La onda corta en México.

Para los fines de esta propuesta, es necesario crear un panorama general de la historia de la transmisión vía OC en nuestro país. Aunque existe poca información al respecto, aquí se presenta un marco referencial que ayuda a comprender el desarrollo de esta forma de transmisión radiofónica en México.

En 1904 el Presidente Porfirio Díaz encargó a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes dos equipos Marconi "Sparky Slaby". Al poco tiempo se fueron importando aparatos del mismo tipo desde Inglaterra, Estados Unidos y Francia. Todo esto, para instalarlos en algunos estados de la República y así, asistir a las comunidades que carecían de telégrafos.

La Primera Guerra Mundial comenzó y Estados Unidos permitió el envío de mensajes alemanes mediante sus antenas a través de la telegrafía por hilos de alcance intercontinental. En 1917, Estados Unidos descubrió mensajes codificados, que enviaba inteligencia alemana hacia México. Basta citar el ejemplo

del conocido "Telegrama Zimmermann", en donde le proponían a México que en caso de que los norteamericanos rompieran su neutralidad, entonces el gobierno mexicano los distraería declarándoles la guerra con el apoyo de Alemania y Japón. La recompensa que daría el gobierno nazi por el apoyo mexicano consistía en devolver el territorio perdido el siglo anterior.

Como dato anecdótico, Estados Unidos prohibió el envío de mensajes, así es que los alemanes no se dieron por vencidos y decidieron transmitir desde México: colocando una antena en el Cerro de la Estrella, otra en Iztapalapa, y dos más en Baja California; estas últimas sirvieron para el espionaje. Fue al término de la guerra cuando desmantelaron esta infraestructura, debido a la derrota que sufrió el estado alemán.

En 1922 comenzó la radio experimental de Onda Corta por los ingenieros y técnicos interesados en el medio, entre los que destacan según el testimonio del Ingeniero Guillermo Garza Ramos¹⁴: los Srs. José Domenzain, Jorge Peredo, Juan Buchanan López, José de la Herrán, Juan Gutiérrez, el mismo Guillermo Garza Ramos y algunos otros.

La Secretaría de Comunicaciones no tiene un registro exacto de los pioneros de la transmisión por onda corta en el país y las frecuencias, pero según el Ingeniero Garza, había mucha libertad de crear estaciones.

"Es en el Teatro 'Ideal', en las calles Anchas, donde en el propio 1922 se instala una difusora de Onda Corta en bandas de 120 a 130 metros, y se transmite música con los propios artistas de Teatro. Esto, sin duda, es la primera emisión de música a través de este medio, ya que algunos otros experimentadores, con la voz, habían recibido tarjetas de intercomunicación hablada, usando ya el triodo y con emisoras de aproximadamente 50 o 100 watts", explicó el Ingeniero Garza.

¹⁴ Testimonio tomado del programa de *Radio México Internacional para aficionados a la onda corta*. La transmisión se llevó a cabo en julio de 1977. Este texto se encuentra en González, Roberto. *Op. cit.*, p.p. 7 - 8.

En 1923, en la calle de Argentina número 95, se instaló una estación telegráfica y telefónica de 49 metros. Este domicilio pertenecía al Ingeniero José de la Herrán, y este proyecto lo compartió con el Jefe del Estado Mayor Presidencial, el general y también ingeniero Fernando Ramírez. Ensayaban transmisiones con micrófonos de carbón y de granilla, entre otras cosas.

Para el año de 1923, el Partido Nacional Revolucionario adquirió una estación norteamericana de la General Electric. Operaba en onda corta y en onda media (Broad Cast). Los ingenieros encargados fueron Javier Estáboli y Jorge Grajales.

"Esta estación difundía noticias, sesiones de las Cámaras de Diputados y Senadores, eventos del gobierno de México (...) A partir de esa fecha hubo muchos progresos, ya que las válvulas 204A de 250 watts se adaptaban a la transmisión de las ondas cortas; empiezan a utilizarse potencias mayores, así que la propia Secretaría de Guerra y Marina, en 1927 ó 28, instala una estación de aproximadamente 1500 watts, con válvulas en paralelo tipo 80A ó 204A".¹⁵

Por su parte, el Ingeniero Garza instaló una estación de ondas cortas telegráfica y telefónica, en algunas ocasiones transmitía conciertos con discos y la señal llegaba a todo el país. Sus instalaciones estaban en Aviación, colonia Balbuena.

En las siguientes décadas la radiodifusión comenzó a tener gran auge en todo el país. En los años treinta casi todas las cadenas radiodifusoras, como la W, la XEQ, la XEB y otras; poseían estaciones de onda media y onda corta.

La fábrica de cigarros "El Buen Tono" poseía una de las estaciones más importantes de onda media: la XEB; y ésta fue de las primeras estaciones en dar a conocer sus frecuencias por onda corta. Esto sucedió en 1933, en la frecuencia de

¹⁵ GONZALEZ, Roberto. *Op. cit.*, p. 8

los 6000 kHz y fue llamada XEBT; su programación estaba integrada por espacios en vivo, noticias, radioteatros y música.

Con el lema “La voz de América Latina desde México”, la XEW fue inaugurada en 1930, y en 1937 abrió su estación de onda corta: la XEWW, en los 9500 kHz. En 1956 ya transmitía en dos frecuencias más: 6165 y 15160.

Otros ejemplos de estaciones de onda corta que nacieron en esta época fueron: la XEQ, se creó en 1938 y poco después abrió su emisora de onda corta, ampliando su potencia en 1943; por su parte, nació Radio Mil, la XEOY, en 1942 y abrió su estación de onda corta años más tarde con las siglas XEOI –cabe destacar que esta emisora dejó de transmitir en la década de los setenta, y en 1990 retoma la transmisión y “es la única emisora de onda corta que está en cadena con una de onda media comercial”.¹⁶

Por su parte, la estación gubernamental Radio Educación se ha consolidado como una de las principales emisoras de Onda Corta en México. Después de periodos de auge y de interrupciones, en 1978 regresó con las siglas XEEPPM, en la banda de los 49 metros, con 6185 kHz.¹⁷

Radio Universidad Onda Corta surgió en 1939, perteneciendo a la entonces Universidad Nacional, después Universidad Nacional Autónoma de México. Actualmente transmite esporádicamente con las siglas XEYU.

La Secretaría de Gobernación, en 1936, dio a conocer la XEXA en los 6155 kHz. Se fundó con la intención de hacer una emisora piloto, junto con la XEDP en onda media, para la creación del programa dominical *La hora nacional*, programa que hasta la fecha se sigue transmitiendo.

¹⁶ *Ibidem*, p. 15.

¹⁷ Esta emisora es considerada, junto a Radio México Internacional, dentro de la Lista Mundial de Emisoras Internacionales en Español, periodo 2000-2001, en un documento que edita Radio Nederland Wereldomroep, por Jaime Bágena García.

Durante veinte años las emisoras de onda corta proliferaron en todo el país, principalmente en Hermosillo, Veracruz, León, Tampico, Morelia y Aguascalientes.

Para la década de los 70, la mayoría de las emisoras habían suspendido sus transmisiones, pero sólo Radio México (años más tarde adoptó el calificativo de Internacional) creada en 1969 por la Secretaría de Gobernación, vivió su mayor auge en aquellos años de *hippies* y represión política-social.

“...algunos de los nuevos propietarios se dieron cuenta de que el medio de la radiodifusión internacional no resultaba económicamente rentable debido a la indefinición de la audiencia de las ondas cortas... (Además)... a mediados de la década de 1950 empezaba a desarrollarse la Frecuencia Modulada, con mayor calidad sonora y posibilidades de explotación de audio.”¹⁸

En años recientes, Jeff White, *diexista*¹⁹ y director de Radio Miami Internacional; realizó una investigación donde señalaba que en México, durante 1992, existían 727 estaciones de Onda Media, 284 de FM y 22 de Onda Corta. Sin embargo, para 1998 transmitían por OC solamente ocho, y actualmente son sólo tres de ellas las que están en funcionamiento²⁰:

Siglas	Frecuencia (en KHz)	Potencia (en watts)	Nombre	Origen
XERMX	9705 y 11770	5000	Radio México Internacional	México, D.F.
XEPPM	6185	10000	Radio Educación	México, D.F.
XEOI	6010	1000	Radio Mil, La estación de la Ciudad	México, D.F.

¹⁸ GARCILITA Olmedo, Esther. *Et. al. Op. cit.* p. 25.

¹⁹ *Diexista* es el nombre que se le denomina a las personas o radioaficionados que emplean su tiempo en la radiodifusión por onda corta.

²⁰ GONZALEZ, Roberto. *Op. cit.* p. 62.

Es una realidad que las estaciones de onda corta en nuestro país casi están desapareciendo, sin embargo, "un porcentaje de estas emisoras, muchas de ellas en el interior de la República, tienen la intención de volver a transmitir tan pronto puedan encontrar alguna fórmula comercial para poder aprovechar sus instalaciones y hacerlas rentables a pesar de la dificultad que implica la indefinición de audiencias."²¹

Radio México Internacional es una de esas estaciones que está buscando alternativas para el aprovechamiento de sus instalaciones. Por ello, a finales del año 2002, se reestructuró la carta programática, en función a contenidos y formatos, para poder combinar su transmisión a través de la OC y de Internet, y así, evitar la desaparición de dicha emisora.

Más adelante se explicará en que consisten esos cambios en cuanto a la programación se refiere.

Por el momento, es necesario mencionar los rasgos con que cuenta esta otra forma de comunicar: Radio por Internet. Ya que la propuesta radial *Empresarios Mexicanos* se encuentra contemplada para esta nueva etapa de Radio México Internacional: utilizar también la alternativa de transmisión, Internet.

1.2. Radiodifusión por Internet.

Este apartado está dedicado para hablar de las principales características de Internet: qué significa, cómo funciona, cuál ha sido su trayectoria histórica en el mundo y en México. También se pretende mostrar cómo es que "la red de redes", como también se le denomina, además de ser un extenso proveedor de información, es ahora un medio de comunicación, específicamente a lo que se refiere la transmisión de radio por Internet.

²¹ GARCILITA Olmedo, Esther. *Et. al. Op. cit.* p. 26 y 27.

1.2.1. ¿Qué es Internet?

Según Alva Arguinoniz, la palabra Internet es una contracción de Internetwork system (Sistema de Intercomunicación de Redes)²².

*"Desde hace 38 años, Marshall McLuhan (1962) hablaba de una 'aldea global' con el objetivo de explicar la homogenización cultural. ..."*²³, pues su visión la fundamentaba desde el punto de vista de la conjunción de las nuevas tecnologías, provocando éstas un sistema de información de transmisión global.

La "gran autopista de la información" no conoce de fronteras. Desde cualquier computadora conectada a una línea telefónica, se puede enviar o recibir información sin importar la localización geográfica. Internet es comparable con el sistema nervioso del cuerpo humano, porque conjunta millones de computadoras conectadas entre sí, localizadas desde cualquier parte del mundo.

"...El visionario McLuhan vio a la tecnología como una extensión del cuerpo. Así como la rueda lo es del pie o el telescopio del ojo, la red de comunicaciones es una ampliación del sistema nervioso..."²⁴

Son muchas las características que posee Internet, sin embargo, Arruti²⁵ propone cuatro principales para definir a la red:

1.- Descentralizada: no existe un controlador oficial, más bien está controlada por los miles de pequeñas redes que hay en todo el mundo.

2.- Grande: es la mayor red de ordenadores en todo el mundo.

²² ALVA Arguinoniz, Arely. *Internet como una herramienta de difusión de los medios*. UNAM. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón. Tesis de Licenciatura. México, 2001. p. 16

²³ RODRIGUEZ Montiel, Elizabeth. "La Radio sin fronteras". En *Razón y palabra*. Edo. México Febrero-Abril 2001. Núm. 21. Revista electrónica en América Latina especializada en tópicos de comunicación. <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n21/icom/erodrig.htm>.

²⁴ *Ibidem*. p 2.

²⁵ ARRUTI, Alberto Miguel. *Ciberperiodismo: Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. 2001. pp. 45-46.

3.- Cambiante: se adapta continuamente a las nuevas necesidades y circunstancias.

4.- Diversa: da cabida a todo tipo de equipos, fabricantes, redes, tecnologías, medios físicos de transmisión, usuarios, etc.

El crecimiento de la "red de redes" va en aumento:

"Los usuarios de la red Internet pueden acceder a la información fácilmente desde cualquier lugar del mundo con un sencillo web browser". La World Wide Web (www) está doblando aproximadamente cada año. Se prevé que los usuarios de Internet serán en el año 2003 unos 350 millones.²⁶

Funcionamiento de Internet

Son tres las principales funciones que desempeña la red:

- a) Enviar mensajes de una persona a otra, sin importar la distancia territorial que exista de computadora a computadora (correo electrónico, chat, etc.)
- b) Almacenamiento de información que se puede acceder a cualquier hora. (Páginas Webs: prensa, radio, televisión, fotografías, ventas, etc.)
- c) Permite que personas con una computadora se conecten a otra en un sitio remoto, es decir, hacer Telnet o Ftp.

Para entender las funciones básicas de la Internet habrá que comparar a la oficina de correo con un Proveedor de Servicio de Internet (ISP). El ISP puede ser

* Por web browser se entiende como aquel programa que permite mirar, leer y oír la información del www. Técnicamente un browser (o navegador) es un programa cliente que utiliza el protocolo http para obtener información de los servidores de Internet.

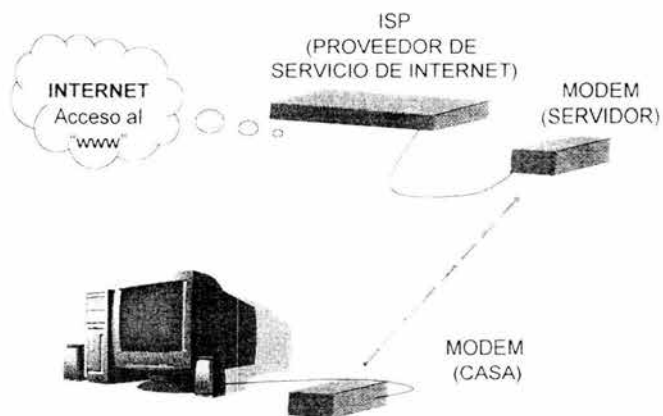
Por World Wide Web se entiende "trama" o "malla mundial", sistema de información global. Se dice que viene a ser como la columna vertebral del Internet.

²⁶ ARRUTI, Alberto Miguel. *Op. cit.* p. 9.

AOL, Yahoo, MNS, Star Media, entre otras. En términos sencillos, el ISP es el enlace con el resto de la comunidad de Internet. Ellos aseguran de que se realice la comunicación con otros ISP a través del mundo y de que los mensajes y datos sean enviados a los ISP de los destinos.

Las reglas que definen la operación de Internet son llamados protocolos. El Protocolo Internet (IP) se encarga de establecer domicilios o se asegura de que los servidores sepan que hacer con la información, en otras palabras, el protocolo funciona justamente como los sobres que se utilizan en la oficina de correo²⁷.

ESQUEMA DEL FUNCIONAMIENTO DE INTERNET (DESDE EL ISP A LA PC DEL USUARIO)



* Esquema diseñado por el autor.

Existen muchos servicios con los que cuenta la red: negocios, charlas en grupos, aprendizaje, espectáculos, ideas, bolsa de trabajo, creatividad, entre otras.

²⁷ Información tomada de <http://www.cyberangels.org/international/sp/101/background/>

Internet es una herramienta que se puede acceder utilizando sólo una computadora que del tipo PC, por ejemplo, con un procesador 486, 133 mhz, 8 mb; en memoria RAM, monitor VGA o SVGA color, mouse, programa de Windows 3.1 cuando menos y fax MODEM. También es necesario una línea telefónica y una suscripción con cualquier prestador de servicio (ISP).

¿Cómo nace Internet?

Muchos especialistas del tema coinciden en que el nacimiento de Internet se llevó a cabo en la década de los años sesenta, sin embargo, según una de las teorías que existen sobre su nacimiento, indica que tal como se conoce el día de hoy, surgió el primero de enero de 1983, puesto que los estudios de Bob Branden, revelan la fecha antes mencionada como el límite para que ARPANET, (sistema de conexión desarrollado por el Departamento de Defensa de Estados Unidos), funcionara correctamente bajo el protocolo TCP/IP.

Según la investigación realizada y publicada en la red por el investigador Alejandro Piscitelli²⁸, todo inició desde 1958, cuando se decide darle vía libre a ARPA (Advanced Research Projects Agency), durante el mismo año en que se crea la NASA.

Este proyecto surgió para responder a los avances de los soviéticos en cuanto a sus investigaciones espaciales, donde se buscó que a través de la tecnología informática se creara un soporte para la transmisión de información en el que los investigadores, por medio de una red de computadoras, pudiesen compartir sus estudios y trabajos de una manera rápida y poder ganarle a los avances espaciales que habían tenido los rusos.

²⁸ Datos tomados de http://dlucio.okay.com.mx/internet_historia.htm

Además, la intención de descentralizar su sistema de comunicación ante los temores de posible espionaje, resultado de la 'Guerra fría', fueron los factores que dieron lugar a una carrera dentro de la información a través de las computadoras en "red".

Entre 1961 y 1964, los científicos J.C.R. Locklider, Leonard Kleinrock y Lawrence Roberts, diseñaron este sistema para permitir que distintos tipos de computadoras se pudieran comunicar entre sí, dándole vida entonces a Internet.

Para 1969, se relacionan por primera vez los nodos básicos de la red, gracias a un backbone provisto por la empresa Bolt Beranek & Newman y las conexiones de la telefónica AT&T, vinculando por primera vez la UCLA, el Instituto Stanford, la Universidad Utah y la de California en Santa Bárbara.

En 1977, llega el primer programa de cómputo para módems, lo cual abre la posibilidad de una conexión vía telefónica; y para 1981 se vende por primera vez una computadora con interface gráfico y mouse.

Tim Berners Lee inventó, en 1989, el lenguaje de Internet conocido como "html", y llama a su proyecto de interconexión "World Wide Web". Para 1990, aparece el primer ISP, y para 1993, Marc Andreessen inventa el Mosaic, que es el antecesor del navegador Netscape.

1995 es el año en el que Earthlink se convierte en el primer ISP del mundo en proveer una tarifa y acceso ilimitado a Internet, que después ofrecerían también empresas como America On Line (AOL).

En agosto de ese mismo año, Netscape sale a la bolsa y de la noche a la mañana, Andreessen vale 50 millones de dólares, siendo el tercer inversionista más grande de la historia²⁹.

Internet en México.

En el caso de México, según datos publicados en la página del NIC-México (Network Information Center), organización encargada de la administración de los nombres de dominio³⁰ nacionales, la primera conexión a Internet nace el primero de febrero de 1989.

Esta conexión la realizó el Instituto Mexicano de Estudios Superiores de Monterrey bajo el dominio *.mx: dns.mty.itesm.mx*, con la dirección 131.178.1.1., mediante una máquina Microvax-II digital, la cual fue el primer servidor de nombres de dominio.

Esta máquina se sustituyó por una Sun Sparc Classic en septiembre de 1993. Un año antes únicamente existían 45 dominios bajo el *.mx*³¹, de los cuales 40 eran académicos y cinco comerciales.

Es hasta el estallido de la red en México, cuando se registra un verdadero aumento en el número de dominios registrados llegando en 1995 a 326 bajo *.mx*.

Para 1998 se contaba ya con 10 mil nombres de dominio, un enlace de 128K con la empresa UNINET y 10MB con el ITESM, así como servidores SUN 450, 250, Ultra2 y Spark 20 y equipo de ruteo Cisco 7200 y 2500.

²⁹ Datos tomados de http://dlucio.okay.com.mx/internet_historia.htm

³⁰ Se entiende por 'dominio' como si fuera un registro de derecho de autor en la red.

³¹ Cada país se representa por dos caracteres de acuerdo con el código internacional de los países, según los estándares de la ISO (Internacional Standard Office), de tal manera que si los dominios terminan como jp, se refiere a Japón; ca, es a Canadá; mx, es a México; us, es a Estados Unidos; etc.

Actualmente existen 66 mil 605 nombres de dominio con *.com.mx*, mil 689, bajo *.gob.mx*, 622 en *.net.mx*, mil 692 con *.edu.mx*, tres mil 83 con *.org.mx* y finalmente 172 con *.mx*, lo cual indica que en México existen 73 mil 863 páginas o sitios de Internet registrados.

Evidentemente el crecimiento de la red va en aumento. Instituciones, empresas, centros hospitalarios, escuelas, organizaciones utilizan a la red como una herramienta que les proporciona la difusión de sus productos o servicios, no sólo a nivel local, sino a nivel mundial.

Sin embargo, la pregunta que surge, y que para los fines de la propuesta radiofónica Empresarios Mexicanos, resulta necesario resolver, es: ¿en qué momento comienza a consolidarse el Internet como un nuevo medio de comunicación, y no sólo es un proveedor de información como se perfiló en sus inicios?

1.2.2. Internet como nuevo medio de comunicación.

Hablar de "hacer cambios" es referirse también a las resistencias a ellos, por temor a lo desconocido. Muchas veces el cambio implica ver más allá de lo habitual, de lo tradicional; incluso no querer verlo. Sin embargo, lo importante es aceptar "el cambio" como parte del proceso de crecimiento de un individuo, de una familia, de una institución o empresa, de un país, del mundo entero. También de los medios masivos de comunicación.

Particularmente, las empresas de comunicación pasan por un momento de transformación, debido al avance tecnológico.

Sin embargo, habrá que definir justamente a los medios masivos de comunicación (MMC), antes de explicar esa mutación por la que están pasando.

Como MMC se entiende a "las instituciones y técnicas mediante las cuales grupos especializados utilizan determinados recursos tecnológicos para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso heterogéneo y diverso"³².

Respecto a este punto son evidentes dos aspectos:

- La gran cantidad de gente que utiliza a los MMC.
- El apego que existe hacia estos.

"La realidad es que los medios masivos llegan simultáneamente a una gran cantidad de personas que pueden estar a enormes distancias de donde son emitidos o transmitidos los mensajes. Los medios masivos sostienen una relación impersonal entre el emisor y el público, mismo que representa a una colectividad propia de la sociedad moderna, caracterizado por ser un aglutinamiento de individuos unidos por un núcleo de interés común, que adoptan una forma de comportamiento."³³

La conjunción de las nuevas tecnologías ha hecho posible que cada vez sean más los medios masivos de comunicación tradicionales, entendiéndose a la radio, la prensa y televisión; que utilicen a la "red de redes" como una herramienta para mejorar sus servicios informativos, y así, penetrar en la audiencia, no sólo a nivel local, sino a nivel mundial.

"Los problemas de competitividad entre ellos (...las empresas de comunicación tradicionales...) son visibles, quien no se adapte - y rápidamente - a los cambios tecnológicos con un proceso permanente de reconversión y de reestructuración, queda tarde o temprano fuera de la jugada."³⁴

³² ALONSO González, Carlos. *Principios básicos de comunicación*. México. Ed. Trillas, citado en http://e_soule.tripod.com/tesis/cap1.htm, pág.3.

³³ *Ibidem*, p. 4.

³⁴ RODRIGUEZ Montiel, Elizabeth. *Op. cit.* p. 3.

Esta apertura de los medios de comunicación hacia lo nuevo, ha propiciado el surgimiento de las llamadas empresas virtuales, que no requieren de gran infraestructura física, y hace que las empresas tradicionales de comunicación miren con recelo la nueva forma de llegar a un público cada vez más numeroso, que necesitan de una información más amplia y segura.

Arruti³⁵ habla de una *mediamorfosis*^{*}, y se refiere precisamente a este proceso de cambio en donde se encuentran involucrados los medios de comunicación en todas sus áreas, direcciones y departamentos. Y este cambio se ha dado a lo largo de un siglo, bajo el efecto de un largo proceso de cambios técnicos, es decir, de la incorporación de nuevos sistemas de información, lo que supone un valor añadido de su producto (la información) hacia la audiencia.

Según Arruti, la razón principal por la que los medios de comunicación tradicionales hacen uso de Internet, es por el hecho de ofrecer calidad no sólo en el formato, sino en el contenido de sus productos informativos.

“Es evidente que lo que persiguen los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) con los procesos de conversión o cambio tecnológico, es conseguir dar unos servicios de calidad, tanto para su público interno (los profesionales que trabajan en los medios), pero, sobre todo, para su público usuario/lector, radioescucha o televidente”³⁶

Y es precisamente en esta fusión tecnológica donde comienza el nuevo medio. Donde la convergencia hace que Internet deje de ser solamente el gran difusor de información, para convertirse en el medio. Pero un medio de comunicación diferente, pues si sus características de transmisión y recepción

³⁵ ARRUTI, Alberto Miguel. *Op. cit.* p.p. 111 y 112.

^{*} Término retomado por el autor, de Roger Fidler, profesor de tecnología del Media Lab que hace alusión a la “metamorfosis”.

³⁶ *Ibidem*, p. 115.

difieren de los medios tradicionales, evidentemente los contenidos y las formas de los mensajes exigen su propio cuerpo, su propia dimensión.

En este contexto, resulta importante retomar la opinión de Manuel Castells cuando se refiere a los nuevos medios de comunicación:

“...determinan una audiencia segmentada y diferenciada que, aunque masiva en cuanto a su número, ya no es de masas en cuanto a la simultaneidad y uniformidad del mensaje que recibe. Los nuevos medios de comunicación ya no son de masas en el sentido tradicional de envío de un número limitado de mensajes a una audiencia de masas homogénea. Debido a la multiplicidad de mensajes y fuentes. La misma audiencia se ha vuelto más selectiva. La audiencia seleccionada tiende a elegir sus mensajes, con lo cual profundiza su segmentación y mejora la relación individual entre emisor y receptor.”³⁷

Arruti expresa que no necesariamente vivimos en lo que Mc Luhan pronosticara como “la aldea global”, pues *“aunque los medios de comunicación están interconectados a escala global y los programas y mensajes circulan en la red global, no estamos viviendo en una aldea global, sino en parcelas individuales, pues como afirma Castells, producidas a escala global y distribuidas localmente”³⁸*.

Una vez definido el proceso mediante el cual Internet comienza los primeros pasos para obtener créditos como un medio de comunicación, es necesario discernir las diferencias entre radio tradicional y radio por Internet, pues es precisamente vía Internet, el medio por el cual RMI también difunde su programación.

³⁷ Cita tomada del texto de ARRUTI, *Op. Cit.* p. 125

³⁸ ARRUTI, *Op. Cit.* p. 125

1.2.3 Radio por Internet. Diferencias ante la Radio tradicional.

Para los fines que persigue este marco referencial, en lo que concierne a la radio por Internet, se considera indispensable mencionar las características que definen a esta manera de comunicar, comparándola al mismo tiempo con la transmisión radial tradicional.

Como ya se dijo, Internet como un nuevo medio de comunicación exige sus propias reglas en el juego, y específicamente de la radio por Internet se puede decir que:

“El futuro inmediato de la radio atraviesa por el proceso de digitalización. El paso de lo análogo a lo digital es un paso lógico, coherente con el devenir del medio y más que una revolución tecnológica se debe hablar de una evolución... La radio entró por la puerta grande al ciberespacio, ya no está únicamente en el aparato receptor, ahora ya la encontramos en la computadora. La radio pasó de ser un unimedio –sólo interviene el sonido- a multimedia, ya que ahora ofrece otros servicios”³⁹

Podría suponerse, y ocurre con algunas radiodifusoras, que la transmisión de radio via Internet se da en el hecho de que éstas envían su señal a través de la red de manera habitual. Dicho de otra forma, sólo se quedan al margen de retransmitir su programación tal y como lo hacen por su modalidad tradicional: FM, AM u OC.

Sin embargo, la pregunta que surge es ¿tendría caso retransmitir la programación de cualquier emisora a través de la “red de redes”, pues como ya se mencionó, el nuevo medio exige diferentes características en el mensaje? ¿En

³⁹ RODRIGUEZ Montiel, Elizabeth. *Op. Cit.*, p. 3.

qué radica el diseño del producto radiofónico para Internet que difiere de la radio tradicional?

“En Internet descubrimos dos tipos de prestaciones sonoras: la radio en sentido estricto, tal y como la conocemos, con una emisión continuada y una programación estructurada sujeta a una temporalidad y, por otro lado, una serie de informaciones escritas sobre diversos contenidos, apoyadas por imágenes y enriquecidas con material sonoro.”⁴⁰

Emma Rodero afirma que el paso previo antes de emprender la búsqueda de un producto radiofónico adecuado a Internet, consiste en abandonar el concepto tradicional de radio y entender las prestaciones sonoras que posibilita la red desde otro punto de vista. Por lo que se debe atender a las características y los hábitos de consumo de los usuarios de Internet y no a las peculiaridades del canal y los oyentes de radio.⁴¹

A continuación se presentan las características del producto radiofónico vía Internet, comparándolas con la manera tradicional de hacer radio, donde se comparte la clasificación de Rodero.

A. Sobre las características del consumo de radio en Internet

- 1) **Diversidad de intereses entre los usuarios.** Mientras la radio tradicional ejerce horarios establecidos para su público y temáticas definidas, donde el auditorio se mantiene a expensas de lo que la radio tradicional le ofrece, satisfaciendo necesidades comunes; la Radio por Internet “es capaz de resolver inquietudes personales, gracias a sus mayores prestaciones, en

⁴⁰ RODERO Antón, Emma. *La Radio en Internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red.*, en http://www.congresoperiodismo.com/comunicaciones/rodero_comunica.doc

⁴¹ *Ibidem*, p. 2.

especial, al acceso a una gran cantidad de información más diversa que la de la radio tradicional".⁴²

- 2) **La inmediatez de acceso.** El usuario de Internet emplea la red en momentos puntuales a la búsqueda de una información concreta lograda mediante un acceso rápido y directo. Además, la red permite almacenar productos radiofónicos, lo que facilita al usuario radioescucha consultar en cualquier momento el producto que requiera.
- 3) **Contenidos personalizados o a la carta (Interactividad).** Internet es la plataforma para ofrecer contenidos personalizados o contenidos a la carta que podrían ser incluso abonados en lo que se alcanzaría como una nueva modalidad de pago por audición, donde el usuario radioescucha directamente solicitaría lo que quisiera escuchar.

A partir de las características de consumo entre los usuarios de Internet, se puede determinar la manera en que se logra el nuevo producto radiofónico en la red.

B. Sobre el diseño de un producto radiofónico en Internet

El producto radiofónico a través de la red no puede ser ajeno a las características y hábitos de consumo de los usuarios. Estos son los principales aspectos:

A partir de la diversidad de intereses:

- 1) **Forma de difusión.** Mientras la radio tradicional delimita su cobertura (por restricciones técnicas y ambientales, como es el caso de la OC) a

⁴² *Ibidem.*

determinadas zonas; la radio por Internet llega a donde exista una computadora, donde la única barrera es el idioma.

- 2) **Punto de difusión.** Mientras en Internet se produce una comunicación punto a punto, en la radio se trata de una difusión punto a multipunto. La radio tradicional difunde temas, dirigidos a intereses generales; la radio por Internet satisface inquietudes individuales.
- 3) **Especialización de los temas.** La audiencia de la radio tradicional siempre es menos numerosa que los usuarios de Internet, por tanto sus intereses no pueden ser tan variados. En Internet cualquier tema es válido, pues será muy difícil no encontrar entre tantos usuarios unos cuantos interesados en ese asunto. "En definitiva, las necesidades informativas y de entretenimiento de los usuarios de Internet imponen una mayor variedad en los temas abordados"⁴³

A partir de la inmediatez de acceso:

- 1) **Combinación de texto, imagen y audio.** Al teclear cualquier dirección de alguna emisora radial que realice productos informativos, se observa la mezcla de estas tres maneras de expresión. La radio tradicional únicamente utiliza el recurso sonoro.
- 2) **Entrevista y reportaje.** El almacenamiento de los productos radiofónicos en la red, hace que el usuario acceda a la información en cualquier momento, por ello se considera que los formatos sonoros más adecuados para presentarlos serán la entrevista y el reportaje. Estos géneros, al ser géneros de diálogo, mantienen la atención del oyente.

⁴³ *Ibidem*, p.4

- 3) **Corta duración.** Tratamiento conversacional y profundo pero con una menor duración. El usuario reclama contenidos concretos pero de manera rápida. Por ello, a diferencia de la radio tradicional, resultaría tedioso para el usuario escuchar programas de larga duración.

- 4) **Cualquier tipo de contenido.** Este hecho permite abordar temas puramente informativos o historias de ficción, que incluso la radio tradicional ha dejado de transmitir como radiogramas seriales, cuentos radiados, productos educativos, etc.

A partir de la interactividad:

1) **Demanda del usuario.** El usuario cuenta con facilidades para demandar ciertos productos, de alguna manera, esta ventaja obliga a los emisores a ofertar contenidos especializados, incluso personalizados.

2) **Locución radiofónica.** El usuario exigirá una mayor calidad en la locución radiofónica, un aspecto determinante en el éxito de la producción, aunque bastante descuidado en la radio actual. Un producto elaborado de calidad necesita siempre para transmitirse de un soporte vocal apropiado. Esto implica, por un lado, una selección de voces profesionales y variadas y, por otro, la combinación con otras tratadas artificialmente.

Estas son las características que propone Emma Rodero, para definir a la radio por Internet en función de las características de los usuarios.

Cada vez son más las emisoras tradicionales y las que surgen directamente hacia la red que perfilan su programación en “la gran autopista de información”

Por ejemplo, hasta marzo del 2003⁴⁴, se registraron 11, 997 emisoras de radio, a escala mundial, que cuentan con página y además pueden, o no, transmitir programación vía Internet. Los países que destacan por el mayor número de emisoras registradas son:

País	No. de sitios de emisoras registradas.
Estados Unidos	4710
Canadá	639
Francia	590
Japón	268

En México existen 109 emisoras registradas con página web, de las cuales, sólo 35 de ellas transmiten programación a través “la red de redes”.

Internet es una ventana de difusión importante, que como se dijo al principio, determina en gran medida a la nueva era de los Medios Masivos de Comunicación. Sin duda, este es un tema de controversia y debate, que para los fines que persigue esta propuesta, basta con dejar cimentada esta descripción introductoria a un tema que merece otros estudios de mayor profundidad.

Retomando el contexto de la propuesta *Empresarios Mexicanos*, es necesario ahora preguntarse: ¿cómo un radioescucha, sentado frente al ordenador, que decide sintonizar la radio a través de la red, logra dicho fin? Es decir, ¿qué particularidad deberá tener la memoria de la computadora para poder acceder a contenidos radiales vía web? Otro de los aspectos importantes sobre la transmisión de radio por Internet pertinente a comentar, es sobre la modalidad en que los emisores ciber-radiales utilizan para lograr el contacto con los usuarios o radio.

⁴⁴ Información tomada de:

<http://www.comfm.com/>

<http://www.comfm.com/live/radio?c=mx>

<http://www.comfm.com/live/radio?k=2>

<http://www.comfm.com/live/radio?k=3>

En otras palabras, en el apartado siguiente se hablará de los programas de audio que se instalan en los discos duros de las computadoras, los cuales permiten captar la señal de las estaciones de radio. Tanto Radio México Internacional, como la mayoría de las radiodifusoras que transmiten por Internet, utilizan estos programas de cómputo que a continuación se enunciarán.

Modalidad.

Al respecto, el licenciado Alejandro Joseph, que funge como gerente de RMI, enfatiza sobre la importancia de difundir la señal a través de programas de cómputo comunes por cualquier computadora.

“Los software que utilizamos de primer momento, son los que se descargan gratuitamente como el Quick Time, Windows Media y el Real Player. Estos son formatos muy comunes para América”.⁴⁵

El programa Quick Time, permite visualizar imágenes y sonidos a través de la red sin la necesidad de “bajar” los archivos, es decir, no requiere espacio en la memoria de la computadora⁴⁶.

Windows Media, es un formato que desarrolló Microsoft Co., como una alternativa gratuita a la compra de un disco duro de gran capacidad, y ofrece dos beneficios: sonido de calidad de CD y el formato de archivo de música digital que pueden almacenar el doble de música que un archivo MP3 en el mismo espacio

⁴⁵ Declaraciones del Licenciado Alejandro Joseph, Gerente de la Emisora Radio México Internacional OC. Ver entrevista completa en Anexo 1.

⁴⁶ En <http://web.bemarnet.es/help/quicktime/>, además, los requerimientos de instalación son un Procesador de 0486, 66 MHz o superior; Memoria: 8 MB Ram o más; Conexión a Internet: Modem 14.4 kbps o superior. Otros Equipamientos: Tarjeta de Sonido.

de disco, cabe señalar que los archivos MP3 ocupan demasiado espacio en los discos duros⁴⁷.

El sistema Real Player también ofrece la posibilidad de enviar y recibir sonido e imágenes. Por el lado de la emisión existe el Real Server, un servidor dedicado a procesar y enviar audio y video en vivo o por demanda. Esto quiere decir, "en vivo", es como ocurre en la televisión, sucede al momento de la transmisión; y "por demanda" es cuando el usuario solicita a cada momento el producto (audio o video) para que pueda recorrerlo hacia atrás o adelante, haciendo pausas, adelantándolo o rebobinándolo las veces que quiera, independientemente de lo que estén viendo o haciendo con él otros usuarios en el mismo momento. Por su parte, el Real Player funciona como un codificador de datos, visuales y auditivos, que recibe del servidor antes mencionado⁴⁸.

Básicamente estos son los programas de audio que se requieren en las computadoras tanto de Radio México Internacional como emisor, así como de los usuarios.

En las próximas líneas se hablará sobre las características de la emisora Radio México Internacional OC. Esto con la intención de plantear las dimensiones de la estación a la que va dirigida la propuesta radiofónica *Empresarios Mexicanos*.

1.3. RMI-OC, *La Voz de México al Mundo*.

En este apartado se conocerá la manera en que RMI surgió como emisora de Onda Corta, así como las características de su funcionamiento actual y su

⁴⁷ En http://www.microsoft.com/latam/prensa/2000/dic/Top10_WinMedia.asp. "Las diez razones principales para elegir el formato Windows Media", REDMOND, Washington. Diciembre 4, 2000.

⁴⁸ En <http://www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,4484,00.asp>

programación, además se explica el por qué asumir la decisión de combinar su transmisión por Internet y Onda Corta. Este apartado acerca al lector al reconocimiento de la radiodifusora a la que va dirigida la propuesta radiofónica *Empresarios Mexicanos*.

1.3.1. Historia de la emisora Radio México Internacional OC.

Cabe señalar que RMI, a lo largo de su historia ha redefinido sus objetivos, esto es debido a las diferentes administraciones que la han manejado y a sus intereses. No obstante, las diferencias entre sexenio y sexenio coinciden en mostrar la cultura mexicana al mundo.

Finalizaba la década de los años 60. Una etapa de la historia mexicana que mostró los más brutales actos de represión política y social, la primera Olimpiada en nuestro país y el surgimiento de un medio de comunicación que colocaba a México en la escucha de todo el mundo.

El entonces presidente de la República, Gustavo Díaz Ordaz, ordenó al entonces secretario de gobernación Luis Echeverría Álvarez la creación de XERMX-OC, Radio México (aún no adoptaba el calificativo de Internacional), con la intención de realizar *“un vehículo de información, que permitiera la divulgación y el acercamiento de nuestra cultura a los pueblos del mundo”*.⁴⁹

“La agencia noticiosa Notimex fue la encargada de dar forma al proyecto e instrumentar su realización. El entonces director de la agencia mexicana, Luis Enrique Herrera y el subdirector de la misma, Rolando Ortega, convocaron a la licitación correspondiente y

⁴⁹ AGUADO Bustamante, Juan Rolando. *La radiodifusión por onda corta en México: el caso de XERMX-OC Radio México Internacional*. UNAM. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México. Tesis de Licenciatura. 1989, p. 81.

determinación de las formas y contenidos de la emisora Radio México.”⁵⁰

Por fin, el 1 de septiembre de 1969 se difundió el informe presidencial de Díaz Ordaz por la frecuencia de 11,720 en la banda de las 25 metros con una potencia de 10 000 watts.

La nueva emisora por Onda Corta quedó integrada a la también inaugurada agencia informativa Notimex. Comenzó a transmitir desde los estudios ubicados en la avenida de los Insurgentes Sur 1700, y retransmitía desde la calzada México Tulyehualco a todo el orbe.

Transmitía de 16 a 18 horas diarias, contaba con una programación distribuida en un 70 por ciento informativa y un 30 por ciento musical y cultural. Los idiomas de sus contenidos era el español, inglés, francés, alemán y japonés. Contaba con 5 transmisores y cuatro frecuencias asignadas: 15125 KHz, banda de 19 metros; 11720 KHz, banda de 25 metros; 9745 KHz, banda de 31 metros; por último en los 6055 KHz, banda de 49 metros.

“Su objetivo básico era transmitir al exterior noticias y comentarios de acuerdo con una política oficial, y música mexicana; aunque también se tenía como objetivo el establecer un servicio a las embajadas de México en el mundo para que estuvieran informadas oportunamente de los acontecimientos del país”.⁵¹

Esto último es contradictorio, pues Gracilita (Et. al. p 105) afirma que nunca se instalaron los aparatos receptores de onda corta en las embajadas, debido a la nueva etapa que estaba por enfrentar Radio México.

⁵⁰ GARCILITA Olmedo, Esther. *Et. al., Op. cit.* p. 105

⁵¹ AGUADO Bustamante, Juan Rolando. *Op. cit.* p. 82.

En 1970 la radiodifusora sufrió su primer movimiento, pues en ese año surgió la Subsecretaría de Radiodifusión, que dependía de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; y por orden del presidente en turno, Luis Echeverría, esta subdependencia se ocupó de Radio México, a través del Departamento de Radio y Grabaciones, a cargo de Miguel Álvarez Acosta. Transmitía desde la Torre de Telecomunicaciones en las calles de Eje Central (antes Niño Perdido) esquina con Xola.

Según Garcilita (Et. al.), ésta fue una etapa sin duda difícil para la emisora, ya que la falta de presupuesto condenó a Radio México a la sobrevivencia y a su suerte, en tiempos de proliferación de otras frecuencias con mayor nitidez y ganancias económicas (AM y FM).

Por su parte, Juan R. Aguado (1989) afirma que el 1 de diciembre de 1970 Radio México se consolidó como estación radiofónica, en donde su sistema de transmisión se reforzó, pues contaba con un transmisor de 50 000 watts y cuatro de 10 000 watts. Además aumentó una frecuencia más, siendo las siguientes.

Frecuencia	Banda
9745 KHz.	31 metros
11720 KHz	25 metros
6055 KHz	50 metros
15125 KHz	19 metros
21705 KHz	13 metros

Sus antenas estaban dirigidas a la República Mexicana, el Caribe, Centro y Sudamérica, sureste de los Estados Unidos y Europa. Sin embargo, en 1972 se realizaron estudios para localizar las frecuencias más apropiadas para enviar señales al resto del continente, y se utilizó el transmisor más potente en la zona primaria de cobertura: América del Sur. Además ajustó su programación y se redujo a 8 horas de transmisión.

Juan R. Aguado apunta que la radiodifusora recibió un gran impulso por parte del presidente Echeverría Álvarez *"debido principalmente a su gran interés en que este sistema de onda corta difundiera las actividades del Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo, así como las del Sistema Económico Latinoamericano... Por lo mismo no es raro que esta radiodifusora tuviera sus mejores años durante dicha administración."*⁵²

Pese a las opiniones encontradas sobre la trayectoria de la emisora, Radio México se enfrenaba a un nuevo reajuste, pues debido a la afluencia de medios de comunicación y a la falta de un control por parte del estado, en el sexenio de José López Portillo, se creó en 1977 la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (R.T.C.), perteneciente a la Secretaría de Gobernación. Es en esta dependencia en donde Radio México se vuelve a integrar.

Transmitía desde los estudios Churubusco, en avenida Churubusco y calzada de Tlalpan. Después fue en Huipulco, y para 1980, las cabinas estaban instaladas en la calle de Colima 161, en la colonia Roma.

El 21 de septiembre de 1978 nuevamente sufrió una transformación, pues se integró el departamento de Radio México, el cual estaba constituido por tres jefaturas: de Programación y Continuidad, de Relaciones Internacionales y de Producción. Además contaba con un Área Técnica, formada por una jefatura del departamento de Transmisiones y dos oficinas: de Planta Transmisora y de Control Maestro de Radio.

En esta reestructuración, la Productora Nacional de Radio y Televisión, fue la institución que dotaba de programación a Radio México.

Debido al cambio de instalaciones, la programación de la emisora de onda corta se vio afectada, al grado de disminuir el tiempo al aire: sólo se transmitía de

⁵² *Ibidem*, p. 83.

las 14 horas a las 21:30 horas de lunes a sábado, excepto los domingos cuando se extendía hasta las 23:00 horas con el fin de enlazarse con la Hora Nacional.

Su programación combinaba turismo, música, Información, cultura e historia.

Nuevamente surge otro cambio en la radiodifusora, pues por decreto presidencial de Miguel De la Madrid Hurtado, del 23 de marzo de 1983, publicado en el Diario Oficial de la Federación, fue creado el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) el 25 de marzo del mismo año. Esto era con la intención de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de la comunicación radiofónica por beneficio de la población. A este instituto quedaron integradas no sólo Radio México, sino también otras estaciones. Con Radio México se consolidó el sistema de Onda Corta del IMER, y fue entonces que Radio México adoptó el calificativo de "Internacional".

Los objetivos en la administración De la Madrista con relación a RMI fueron:

- 1) Difundir la cultura nacional.
- 2) Informar sobre los acontecimientos nacionales
- 3) Fomentar el turismo
- 4) Promover el comercio exterior

Con esta nueva administración, Radio México Internacional (RMI) estandarizó su programación con el idioma oficial del país: español, por lo que sus antenas fueron orientadas, a partir de 1984, hacia Latinoamérica, el Caribe, sur de los Estados Unidos y el territorio nacional. Su programación se apoyó en las producciones realizadas por la Dirección de Producción del propio IMER.

También se amplió el horario de transmisión, se recuperó el espacio matutino de 7:00 a 11:00 horas y se alargó el espacio vespertino de las 14:00 horas a las 23:00 horas, diariamente

Su transmisión se realizaba por las siguientes bandas:

Bandas	Frecuencias	Horario (hora central de México)
50 metros	5985 KHz	7:00 a 11:00 horas
25 metros	11770 KHz	" "
16 metros	17765 KHz	14:00-17:00 y 21:00-23:00 horas
31 metros	9705 KHz	14:00 a 22:45 horas
19 metros	15430 KHz	14:00 a 23:00 horas

Después de los sismos ocurridos en 1985, las instalaciones de la calle de Colima resultaron afectadas por el fenómeno, por tal motivo se trasladaron a la calle de Margaritas 18, en la colonia Florida; para continuar con su labor comunicativa.

Con el gobierno de Carlos Salinas de Gortari el objetivo fundamental de RMI fue la difusión de la cultura nacional, así como las manifestaciones artísticas del pueblo.

En la administración de Ernesto Zedillo Ponce de León se pretendió proyectar una imagen de México al mundo, mediante programas que mostraran nuestra música, cultura, historia, ciencia, arqueología, tradiciones, costumbres, etc., así como difundir las manifestaciones políticas, ideológicas, económicas y sociales del país.

Cabe resaltar que en 1995 se reanudaron las transmisiones en inglés y se inauguró la programación en francés en 1997. Todo ello trajo un mayor auditorio a la estación.

Hasta principios del 2004 los gerentes de Radio México Internacional han sido: Enrique Herrera, Arnaldo Martínez, Carlos Pradera Brunet, Héctor González de la Barrera, Roberto Calleja, Jorge Haro Romero, Armando Reyes Velarde, Beatriz Villagarcía Medina, Carmen Stroble, Teresa Solorio, Juan Mort, Martín Rizo, Ana Cristina del Razo y recientemente está comandada por Alejandro Joseph.

El funcionamiento actual de esta emisora asume un cambio trascendental en su funcionamiento, pues con la administración de Vicente Fox, comienza a transmitir también mediante Internet.

1.3.2. Funcionamiento actual de RMI: de la Onda Corta al Internet.

Radio México Internacional es una estación permitida financiada por el gobierno que busca difundir la cultura, información, música y tradición de nuestro país.

“...RMI sigue siendo “La voz de México al Mundo”, en sus distintas facetas, (...) es poder representar todo un país a través de una emisora, sigue siendo la misión principal, lo que ha estado cambiando son las formas de representar esa voz...”⁵³



* Logotipo de Radio México Internacional OC

Radio México Internacional es una emisora, como su nombre lo indica, de alcance mundial, y no sólo porque así se le bautizara en el periodo de Miguel De la Madrid cuando se integró al IMER; sino que también es considerada dentro de la Lista Mundial de Emisoras Internacionales en Español, que edita Radio

⁵³ Entrevista al Licenciado Alejandro Joseph, Gerente de RMI. Ver anexo 1.

Nederland Wereldomroep⁵⁴, en donde definen a una emisora de onda corta internacional como:

“Los servicios internacionales de radiodifusión –muchas veces monopolio estatal- son utilizados por casi todos los países del mundo como medio de exportación de su imagen hacia el exterior. Por lo tanto estos servicios incluyen gran diversidad de culturas, opiniones e ideologías. También se encuentran emisoras internacionales cuyo mensaje es exclusivamente religioso.”⁵⁵

Actualmente, Radio México Internacional aún emite, por onda corta, con sólo dos transmisores de 5 mil watts cada uno, a través de dos antenas omnidireccionales en las frecuencias 9705 y 5985 kHz y desde el 2000 se ha comenzado a experimentar con la frecuencia de los 11770 kHz para alternarla con la de los 5985 kHz en invierno y verano⁵⁶.

Su horario de transmisión es de lunes a sábado de 7:00 a 24:00 horas sin interrupción alguna, los domingos concluye a las 23:00 horas. Se ha visto que durante la noche la Onda Corta suele tener mayor claridad, por lo tanto se considera que esta emisora debería contar con un horario nocturno para captar mayores radioescuchas.

Para visualizar la localización de frecuencias de Radio México Internacional de una mejor manera, a continuación se presenta la tabla de frecuencias de transmisión internacional, en donde se muestra la ubicación de RMI.

⁵⁴ Es considerada una de las más importantes emisoras de Onda Corta en el mundo.

⁵⁵ BÁGUENA García, Jaime. *La lista mundial de Emisoras Internacionales en Español. Periodo 2000-2001*. Radio Nederland Wereldomroep. Holanda. Edición 38-39. 2000. p. 3.

⁵⁶ La razón de esta alternancia es doble: debido a que durante el invierno las frecuencias más altas se escuchan mejor que las bajas, y puesto que la banda de los 49 metros está más saturada que la de los 25 metros.

Categorización de las frecuencias según su modalidad de emisión, donde se ubica la frecuencia en que transmite RMI vía Onda Corta (OC).⁵⁷

Frecuencia kHz.	Clasificación o asignación.	Frecuencias de RMI
2300 – 2498	Radiodifusión internacional (120 mts.)	
2500	Señal horaria de WWW	
3500 – 4000	Banda de radioaficionados (80 mts.)	
5000	Señal horaria de WWW	
5950 – 6200	Radiodifusión internacional (49 mts.)	5985
6200 – 6525	Comunicaciones marítimas	
7000 – 7300	Banda de radioaficionados (40 mts.)	
7000 – 7300	Radiodifusión internacional (40 mts.)	
9500 – 9900	Radiodifusión internacional (31 mts.)	9705
10000	Señal horaria WWW	
10100 -10150	Banda de radioaficionados (30 mts.)	
10150 – 11175	Radiodifusión internacional	
11650 - 12050	Radiodifusión internacional (25 mts.)	11770
14000 – 14350	Banda de radioaficionados (20 mts.)	
15000	Señal horaria de WWW	
20000	Señal horaria de WWW	
21000 – 21450	Banda de radioaficionados (15 mts.)	
21450 – 21850	Radiodifusión internacional (13 mts.)	
24890 – 24990	Banda de radioaficionados (12 mts.)	
25670 – 26100	Radiodifusión internacional	

Radio México Internacional cuenta con un estudio propio de transmisión ubicado en Real de Mayorazgo 83, en la colonia Xoco. Desde el tercer piso realizan sus transmisiones. Además comparten un estudio de grabación con otras estaciones del IMER para realizar programas grabados o trabajos de postproducción.

Las instalaciones de la planta transmisora de Radio México Internacional se localizan en el sureste de la ciudad de México, en la colonia el Vergel, en la delegación Iztapalapa.

Según el Ingeniero George Carrión, subdirector de Plantas Transmisoras del IMER; Radio México Internacional cuenta con cinco transmisores: uno de 50 000 watts y cuatro de 10 000 watts, de los cuales son sólo dos, de 10 000 watts, los que hacen posible la difusión de RMI. Desafortunadamente la falta de presupuesto

⁵⁷ Cuadro tomado en GARCILITA Olmedo, Esther. *Op. cit.* p. 37.

y de refacciones para estos artefactos, pues se fabricaron en 1957, han hecho que estén deshabilitadas las tres restantes antenas.

Sin embargo, el Ingeniero Carrión afirma que está por completarse la obtención de un transmisor de 100 000 watts para aumentar la potencia de la emisora, así como utilizar estrategias satelitales para ampliar la cobertura.

Transmite en tres idiomas: español, inglés y francés. Además, abarca programación de índole cultural, musical, de servicio, infantil y turística.

Dirige su señal a todo el mundo, 103 horas a la semana, incluyendo los noticiarios Antena Radio y Antena Radio Summary, con la finalidad de informar sobre los eventos y sucesos más relevantes del acontecer nacional e internacional.

Dentro de la planta productiva que opera en la estación, a continuación se presenta la manera en que están distribuidas las responsabilidades del personal que colabora para el funcionamiento de la emisora.



La Dirección de Radiodifusoras del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) en conjunto con la Subdirección, tienen la obligación de "*promover y coordinar las actividades radiofónicas y los instrumentos de sean necesarios para el cumplimiento de sus programas, objetivos y metas, de acuerdo al perfil de cada una de ellas coadyuvando así a la integración nacional y la descentralización cultural*"⁵⁸.

Por su parte, la gerencia de RMI debe coordinar el buen funcionamiento armónico de la estación en su totalidad, así como de reportar a la Dirección y Subdirección de radiodifusoras las propuestas y proyectos de programas, perfiles y formatos, que permita elevar la calidad de RMI.

Así mismo, con el resto del equipo se reparten las funciones, dependiendo del área al que pertenezcan.

Esta es la manera en que opera la estación RMI. En el siguiente apartado, es necesario crear un panorama del cómo está estructurada su programación, para determinar los parámetros que se toman en consideración para la presentación de sus contenidos, y se vea reflejado en la propuesta *Empresarios Mexicanos*.

1.3.3. Programación actual.

Aunque ya se habló en el apartado *1.2.2.1 Radio por Internet. Diferencias ante la Radio Tradicional*, sobre la intención de cómo realizar productos radiofónicos específicamente dirigidos para la 'red de redes', resulta relevante mencionar sobre las características que reúne la programación de RMI, realizada en función de las dos formas de transmisión: tanto por Internet, como por Onda Corta. Por lo que se

⁵⁸ SAAD, Ganem, Patricia Esperanza. *Guía administrativa de producción radiofónica: Caso IMER*. Universidad Iberoamericana. Tesis de Licenciatura. México. 1997. p.108.

considera este hecho, como el elemento primordial a considerar para el desarrollo de la propuesta radiofónica *Empresarios Mexicanos*.

Es merecido observar esta característica: RMI no abandona la transmisión vía Onda Corta. Trabaja de manera conjunta con Internet. Por ello, se requiere dar un matiz diferente, propio de esta emisora, a partir de quienes deciden el rumbo de la programación de la estación, donde se mezclan estas dos formas de transmisión.

Todo esto, para demostrar que la propuesta radiofónica *Empresarios Mexicanos*, cumple con los requerimientos que exigen ambos medios, y principalmente los que la estación, RMI, a la que va dirigido el proyecto, plantea para ella misma, atendiendo a sus características de emisión de mensajes.

La justificación de la emisora respecto al por qué emite su señal de manera conjunta a través de la OC e Internet es debido a que la transmisión por la primera frecuencia ha quedado desplazada del uso frecuente de los radioescuchas, a esto, RMI se ve en la necesidad de acercarse a la transmisión vía Internet, pues como afirma el licenciado Alejandro Joseph:

“...Como emisora internacional no estás cambiando el sentido de tus transmisiones si lo haces por Internet, sigue siendo el mismo propósito: difundir la cultura, la música, la información de un país a través de un medio para que la escuchen las personas del extranjero. Creo que al fin y al cabo, la necesidad de transmitir es más bien para servir a un mayor público...”⁵⁹

En efecto, RMI amplía su cobertura y no pierde su misión. Por ello, renovó su carta programática. Dejaron por un lado los programas de fonoteca, series que se habían realizado desde hace ya algunas décadas y que seguían

⁵⁹ Entrevista con el Licenciado Alejandro Joseph, Gerente de Radio México Internacional. Ver anexo I.

transmitiéndose, hecho que propiciaba dar una imagen del México de esas épocas.

El compromiso de RMI es mostrar al México actual: *"lo que estamos intentando es que sea la voz de México, pero de una forma imparcial, un poco autónoma de la postura estatista y por eso mismo convertirla en una oferta verdadera como la voz de México al mundo"*⁶⁰.

La misión de Radio México Internacional es:

*Ofrecer la imagen de un México moderno, democrático, con gran apertura informativa; que fomenta el desarrollo educativo, apoya las expresiones artísticas y la investigación científica y social; todo, a través del aprovechamiento de las nuevas y viejas tecnologías de comunicación a distancia.*⁶¹

Este proceso de combinar las dos maneras de transmisión y el redefinir a la estación, trajo consigo algunos cambios en lo que compete a las características de la programación.

En este sentido, mencionar las condiciones que particularmente aplica RMI para la producción de su programación, en voz de su actual dirigente, es lo que a continuación queda definido.

A) Características de forma.

Según A. Joseph, la estación experimenta una combinación en la forma de su transmisión. Pues debido al doble canal de difusión, Internet y Onda Corta, los

⁶⁰ Ibidem.

⁶¹ Datos tomados de la página www.imer.com.mx

programas están contemplados con una duración de quince minutos, en lugar de una o media hora como se hacía antes en la estación.

"Esto permite que la programación sea más vertiginosa y que el radioescucha se quede más tiempo en sintonía y escuchando diversos temas", añade A. Joseph.

Los programas producidos por RMI se transmiten una vez por semana. Aplica esta condición, porque se pretende otorgar el tiempo suficiente para la realización de éstos y para el contacto de entrevistados.

Maneja dos tipos de cartas programáticas, es decir, tablas que contienen los nombres y horarios en que se emiten los espacios radiales de la estación.

Una carta o tabla especifica la programación por Internet, que transmite las 24 horas al día. La segunda carta muestra la manera en que están repartidos los horarios de su programación en lo que compete a la Onda Corta, donde efectúa su propagación por este medio sólo doce horas al día⁶².

Para el caso de la transmisión vía Internet, se emplean, evidentemente mensajes sonoros, a los cuales se accede mediante programas de audio, definidos y explicados en apartados anteriores de este trabajo.

Además, en Internet los mensajes escritos permiten al visitante reconocer las ligas, es decir, los accesos a otras secciones del sitio web, además es posible saber sobre el contenido de los programas, así como los servicios que ofrece la emisora, tales como:

- 1) **Programas en línea.** Es la parte que comprende a los espacios de contenido radiales.

⁶² Más adelante se muestran las cartas programáticas de la estación.

- 2) **Contacto RMI E Mail.** Corresponde a las direcciones de correo electrónico, para que el visitante o ciber-escucha, envíe sus comentarios, ideas o desee anunciar algún producto o servicio.
- 3) **Banner.** Es un espacio dedicado para colocar el logotipo del patrocinador de RMI.
- 4) **Musicales en línea.** Es la sección designada para que el visitante acceda a la programación musical que ofrece la emisora.
- 5) **Sistema Nacional de Noticias (SNN).** Es el servicio de información que genera el IMER, y se puede consultar a través de la página de RMI.
- 6) **RMI en Listas.** Es un recuadro, que permite conocer las estadísticas de lo más escuchado en la emisora.
- 7) **Cartas programáticas.** Aquí se encontrará la evidencia de los programas que emite RMI con la descripción de estos.
- 8) **Archivos.** En esta liga, el usuario podrá consultar los programas realizados en fechas anteriores.
- 9) **Transcripciones.** Aquí aparece la versión de los programas pero por escrito.
- 10) **Acerca de RMI.** Esta sección del sitio relata los antecedentes de la emisora.
- 11) **Patrocinio.** Explorar esta sección, traerá consigo el conocimiento de las tarifas que el IMER estipula por la venta de espacios radiales.

La utilización de imágenes es otra de las condiciones que exige la radio por Internet, pues complementa la información que quiere expresar RMI, por medio de fotos o dibujos.

A continuación se presenta la página principal de RMI por Internet, para que el lector de este trabajo conozca el concepto de este recurso de expresión, a la cual se podrá acceder en www.rmi.com.mx.

Radio México Internacional (GRUPO IMER) Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Búsqueda Favoritos Multimedia

\\Server1\workun\rm\piloto_rmi\index.html


Programación RMI Buscar

[NOTICIAS](#) [CARTA PROGRAMATICA](#) [ARCHIVOS](#) [TRANSCRIPCIONES](#) [ACERCA RMI](#) [SOLO TEXTO](#)

PROGRAMAS EN LINEA

Antena Radio Summary.
[Cuarta de Foros](#)
 Curiosidades del Español.
 DX-21.
[Emisario Mexicano](#)
[Español](#)
[Invasión](#)
 Liga de la Improvisación.
 Línea Abierta.
[Magazine RMI](#)
[Minutos de Cine](#)
[Deporte Diplomático](#)
[Radio Cuba](#)
[Reportajes Especiales](#)
[RMI Ciencia](#)
[Sin Aire](#)
[Talking Music](#)
[Telet](#)
[Tiempo de Truj](#)
[Vida Latina](#)

ESTA SEMANA

DE SANTA ANA, UN NOPAL DE EXPORTACIÓN
 El día de hoy nos acompañan productores y vecinos del pueblo de Santa Ana, Tlaxcootenco, una de las principales zonas productoras de nopal en el país. Conoceremos de dónde nace su participación en este sector, cuáles son las alternativas de industrialización y comercialización del nopal y sus derivados, así como la manera en que se formó la sociedad "Cueyatlahuilli Tlaxcootense"...

LA VISIÓN EN CORTO DE LUBESKI
 Este semana nos ponemos de manteles largos ya que tenemos para ustedes una entrevista con el co-director y guionista del corto "De Mesmer con Amor (Te para Dos)", ganador de la Semana de la Crítica en el Festival de Cannes, 2002. Para quienes aún no sepan de quién estamos hablando, se trata de Alejandro Lubeski. Será él quien nos cuente cómo es que este cortometraje vio luz, los problemas que enfrentó la producción y cómo es que se logró gestar entre otras cosas...

RMI RECOMIENDA

¡ ME TRUENAN, NO ME TRUENAN !
 Cuando se ha tenido un día muy complicado -lleno de tráfico, prisas, presiones y ruido- es común quererse quitar el estrés, y lo primero que se nos ocurre es... "tronarnos los dedos". Pero ¿cómo es que esto de "tronar los dedos" es posible?...

LA INVASIÓN DEL ARTE SONORO EN LA RADIO.
 Radio: medio de comunicación que, durante más de 100 años, ha logrado acortar las distancias entre las personas; radio: un instrumento tecnológico por el que se difunden cualquier tipo de mensajes en todos los idiomas, en cualquier parte del mundo; radio: una herramienta para la creación de arte sonoro que nos transporta a cualquier lugar con la imaginación...

¡ ME TRUENAN, NO ME TRUENAN !
 Cuando se ha tenido un día muy complicado -lleno de tráfico, prisas, presiones y ruido- es común quererse quitar el estrés, y lo primero que se nos ocurre es... "tronarnos los dedos". Pero ¿cómo es que esto de "tronar los dedos" es posible?...

BANNER

MUSICALES EN LINEA

[Caleidoscopio](#)
[Clazz en Standard](#)
[Partitas](#)
[Percus y Ritmos](#)
[Regionales](#)
[Regional Roots & Rhythms](#)
[Yumi](#)
[Zona P](#)

SNN

Pide Vicente Fox frente ciudadano antidrogas...
 Baja recaudación de Hacienda...
 Disminuyen dotación de leche en el DF...
 Votará EU por microtinas...
 Designan a ganadores del PND...

RMI EN LISTAS

Programas más Escuchados:
 Programas Musicales más Escuchados:
 Melodías más Solicitadas:

PATROCINADO ¿COMO PATROCINAR RMI?

ATENCIÓN: Este sitio está diseñado para ser visto en resolución de 800 X 600 píxeles y con Explorer 5.0 o superior.
 DERECHOS RESERVADOS, IMER, 2003.

Intranet local

Click and drag to move layer or selection. Use Shift and Alt for additional options.

2 Mes... 20. Chi... 4 Mcr... 2 Expl... Adobe... 04:19 p.m.

B) Características de contenido.

Referido a este concepto, Alejandro Joseph afirma que la intención es fomentar el periodismo radiofónico, y hacerlo patente con temáticas sobre el México actual, no en el México de hace diez años.

Por ello, Radio México Internacional quiere ser *“La ventana radiofónica de referencia inmediata en el público internacional y del interior de la República, sobre el acontecer noticioso, turístico, científico, tecnológico, político, empresarial, artístico y musical de México”*⁶³.

A continuación se muestran las tablas que explica la estructura de los horarios de transmisión por Onda Corta y de Internet, donde además se describe cada una de las temáticas que abordan los espacios radiales.

⁶³ Datos tomados de *Presentación de Radio México Internacional Situación Programática y Perspectivas*. Apuntes de RMI.

Carta programática que define horarios y la descripción de los espacios radiales de RMI, vía Onda Corta. *Parte 1*

RMI - ONDA CORTA								
9705 y 11770 kHz.								
15 de abril - 01 de octubre, 2003								
Mayorazgo #83, Col. Xoco, CP 03330, México D.F.								
TM	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo	
07:00 - 08:00	PRIMERA EMISIÓN ANTENA RADIO					SON SOMOS Música tradicional Mexicana para todo el mundo.		
08:00 - 08:30	CON ENRIQUE LAZCANO Las noticias nacionales, internacionales, de deportes y cultura más relevantes hasta el momento.							
08:30 - 09:00						SON SOMOS Música tradicional Mexicana para todo el mundo.		
09:00 - 09:30	ANTENA RADIO SUMMARY Noticias nacionales, internacionales, de deportes y entrevistas especiales en idioma inglés.							
09:30 - 09:45	TESIS Divulgación de investigación social y científica de los egresados universitarios.	RMI CIENCIA Paseo por la ciencia detrás de lo cotidiano.	TESIS Divulgación de investigación social y científica de los egresados universitarios.	RMI CIENCIA Paseo por la ciencia detrás de lo cotidiano.	TESIS Divulgación de investigación social y científica de los egresados universitarios.	RMI CIENCIA Paseo por la ciencia detrás de lo cotidiano.	TESIS Divulgación de investigación social y científica de los egresados universitarios.	
09:45 - 10:00	VIDA DIARIA Reportajes y crónicas sobre la cotidianidad mexicana.	RAÍCES Y RITMOS REGIONALES Exploración etnomusical mexicana con entrevistas.	VIDA DIARIA Reportajes y crónicas sobre la cotidianidad mexicana.	RAÍCES Y RITMOS REGIONALES Exploración etnomusical mexicana con entrevistas.	VIDA DIARIA Reportajes y crónicas sobre la cotidianidad mexicana.	RAÍCES Y RITMOS REGIONALES Exploración etnomusical mexicana con entrevistas.	VIDA DIARIA Reportajes y crónicas sobre la cotidianidad mexicana.	
10:00 - 10:30	ENCUENTROS Análisis, mesa de debate y comentarios de la política mexicana con entrevistas de primera línea.							
10:30 - 11:30	SON SOMOS Música Tradicional Mexicana para todo el mundo.					CONVERSACIONES Reflexiones políticas, sociales y culturales.		
11:30 - 11:45								
11:45 - 12:00	ZONA R Un repaso a la historia y representantes del rock en México.	PERFILES RMI Entrevistas con los autores y compositores de la música mexicana más reciente.	CLAZZ e-STÁNDAR Los testimonios de jazz nacional.	VINIL Propuestas musicales mexicanas de bandas de rock.	CALEIDOSCOPIO Un paseo por la actualidad musical en México en diversos géneros.	PERFILES RMI Entrevistas con los autores y compositores de la música mexicana más reciente.	CALEIDOSCOPIO Un paseo por la actualidad musical en México en diversos géneros.	
12:00 - 12:15	MINUTOS DE CINE Entrevistas con los creadores del cine nacional.	CUARTA DE FORROS Café radiofónico con las jóvenes plumas mexicanas.	INVASONORA Los sonidos como medio de creación artística en México y el mundo.	EXPOSICIÓN Una visita radiofónica por los museos mexicanos.	INVASONORA Los sonidos como medio de creación artística en México y el mundo.			CUARTA DE FORROS Café radiofónico con las jóvenes plumas mexicanas.
MÉXICO. MUNDO. MÚSICA								
EL MUNDO SOLICITA								

Carta programática que define horarios y la descripción de los espacios radiales de RMI, vía Onda Corta. *Parte 2*

RMI - ONDA CORTA							
9705 y 11770 kHz.							
15 de abril - 01 de octubre, 2003							
Mayorazgo #83, Col. Xoco, CP 03330, México D.F.							
TM	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
12:15 - 12:30	MÉXICO MUNDO MÚSICA <small>Temática mexicana por autor y narraciones</small>					FOX CONTIGO	EL MUNDO SOLICITA <small>Solicita materiales de los cadetes</small>
12:30 - 12:45	MAGAZINE RMI <small>Cápsulas de noticias, ciencia y vinofilia, música y testimonios</small>					MAGAZINE RMI <small>Cápsulas de noticias, ciencia y vinofilia, música y testimonios</small>	MAGAZINE RMI <small>Cápsulas de noticias, ciencia y vinofilia, música y testimonios</small>
12:45 - 13:00	JAZZ, ROCK... MÉXICO <small>Música jazz y rock de faculta nacional</small>					MINUTOS DE CINE <small>Entrevistas con los creadores del cine nacional</small>	EL MUNDO SOLICITA <small>Solicita materiales de los cadetes</small>
13:00 - 13:15						EL MUNDO SOLICITA <small>Solicita materiales de los cadetes</small>	
13:15 - 13:30						MAGAZINE RMI <small>Cápsulas de noticias, ciencia y vinofilia, música y testimonios</small>	
13:30 - 13:45						MAGAZINE RMI <small>Cápsulas de noticias, ciencia y vinofilia, música y testimonios</small>	
13:45 - 14:00						EL MUNDO SOLICITA <small>Solicita materiales de los cadetes</small>	
14:00 - 15:00						ANTENA RADIO EXPRESS CON NORA PATRICIA JARA <small>Las noticias nacionales, internacionales, de deportes y cultura más relevantes hasta el momento</small>	
15:00 - 15:15	REGIONAL ROOTS AND RHYTHMS <small>Exposición etnomusical mexicana en inglés</small>	LA FERIA <small>Noticiero cultural</small>	REGIONAL ROOTS AND RHYTHMS <small>Exposición etnomusical mexicana en inglés</small>	LA FERIA <small>Noticiero cultural</small>	REGIONAL ROOTS AND RHYTHMS <small>Exposición etnomusical mexicana en inglés</small>	MEMORIAS MUSICALES <small>Boleros, mariachi, trío y danzones</small>	
15:15 - 15:30	MEMORIAS MUSICALES <small>Boleros, mariachi, trío y danzones</small>					MEMORIAS MUSICALES <small>Boleros, mariachi, trío y danzones</small>	
15:30 - 15:45	LÍNEA ABIERTA <small>Los comentarios y opiniones de los escritores de RMI</small>	DX 21 <small>Espacio dedicado a los radialistas, músicos y directores del mundo</small>	TIEMPO DE TOROS <small>Notas y entrevistas relativas a la fiesta taurina mexicana</small>	LÍNEA ABIERTA <small>Los comentarios y opiniones de los escritores de RMI</small>	DX 21 <small>Espacio dedicado a los radialistas, músicos y directores del mundo</small>	LÍNEA ABIERTA <small>Los comentarios y opiniones de los escritores de RMI</small>	TIEMPO DE TOROS <small>Notas y entrevistas relativas a la fiesta taurina mexicana</small>
15:45 - 16:00	MEMORIAS MUSICALES <small>Boleros, mariachi, trío y danzones</small>					ACORDE AL CANTO <small>Música de tradición mexicana</small>	

Carta programática que define horarios y la descripción de los espacios radiales de RMI, vía Onda Corta. *Parte 3*

RMI - ONDA CORTA							
9705 y 11770 KHz.							
15 de abril - 01 de octubre, 2003							
Mayorazgo #83, Col. Xoco, CP 03330, México D.F.							
TM	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
16:00 - 16:30	IMPACTO DEPORTIVO Noticiero con la información deportiva más relevante					JAZZ ROCK MEXICO Música jazz y rock en español	PERFILES RMI Entrevistas con los autores y compositores de la música mexicana más reciente
16:30 - 16:45	SIN AIRE Noticiero sobre cultura, ciencia y curiosidades						
16:45 - 17:00	MEMORIAS MUSICALES Historias, anécdotas, mitos y leyendas					TALKING MEXICO Entrevistas a personalidades de la cultura y la política en inglés	EMPRESARIOS MEXICANOS Los emprendedores de negocios en México
17:00 - 17:15	ANTENA RADIO SUMMARY Noticias nacionales, internacionales, deportes y entrevistas especiales en idioma inglés						
17:15 - 17:30	PASAPORTE DIPLOMÁTICO Noticiero sobre el acontecer diplomático mexicano.					REPORTAJES ESPECIALES Piezas radiofónicas de investigación realizadas por el OZU	EMPRESARIOS MEXICANOS Los emprendedores de negocios en México
17:30 - 17:45	EMPRESARIOS MEXICANOS Los emprendedores de negocios en México	PASAPORTE DIPLOMÁTICO Noticiero sobre el acontecer diplomático mexicano	REPORTAJES ESPECIALES Piezas radiofónicas de investigación realizadas por el OZU	PASAPORTE DIPLOMÁTICO Noticiero sobre el acontecer diplomático mexicano	REPORTAJES ESPECIALES Piezas radiofónicas de investigación realizadas por el OZU		
17:45 - 18:00	MAGAZINE RMI Cápsulas de noticias, ciencia y vinofilia, música y testimonios						
18:00 - 20:00	TERCERA EMISIÓN DE ANTENA RADIO CON: MARIA ELENA CANTÚ Las noticias nacionales, internacionales, de deportes y cultura más relevantes hasta el momento					MEXICO CON TIEMPO Música y reportajes radiofónicos clásicos	
20:00 - 20:15	CALEIDOSCOPIO Un paseo por la actualidad musical en México en diversos géneros.	ZONA R Un regalo a la historia y representantes del rock en México	PERFILES RMI Entrevistas con los autores y compositores de la música mexicana más reciente.	CLAZZ e-STANDARD Los testimonios del jazz nacional	VINIL Propuestas musicales mexicanas de bandas de rock.	CALEIDOSCOPIO Un paseo por la actualidad musical en México en diversos géneros	PERFILES RMI Entrevistas con los autores y compositores de la música mexicana más reciente.
20:15 - 20:30	RADIO GUÍA Una guía radiofónica por los sitios turísticos mexicanos.	CURIOSIDADES DEL ESPAÑOL Los virreuetos del idioma al descubrimiento	RADIO GUÍA Una guía radiofónica por los sitios turísticos mexicanos	CURIOSIDADES DEL ESPAÑOL Los virreuetos del idioma al descubrimiento	RADIO GUÍA Una guía radiofónica por los sitios turísticos mexicanos	CURIOSIDADES DEL ESPAÑOL Los virreuetos del idioma al descubrimiento	RADIO GUÍA Una guía radiofónica por los sitios turísticos mexicanos.
20:30 - 21:00	AVE DE MIL VOCES Música clásica de autores y compositores mexicanos.						
21:00 - 22:00	CIRCUITO MUSICAL Deliciosa variedad de música mexicana.						
22:00 - 22:30	MAGAZINE RMI						
22:30 - 22:45	MAGAZINE RMI Cápsulas de noticias, ciencia y vinofilia, música y testimonios						
22:45 - 23:00	CIRCUITO MUSICAL Deliciosa variedad de música mexicana.						
23:00 - 00:00	LA HORA NACIONAL						FUERA DEL AIRE

Carta programática que define horarios y la descripción de los espacios radiales de RMI, vía Internet. *Parte 1*

RMI - INTERNET

www.rmi.com.mx

Mayorazgo #83, Col. Xoco, CP 03330, México D.F.

TM	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
	PRIMERA EMISIÓN ANTENA RADIO					SON SOMOS Música Tradicional Mexicana para todo el mundo	
07:00 - 08:00	CON ENRIQUE LAZCANO Las noticias nacionales, internacionales, de deportes y cultura más relevantes hasta el momento.						
08:00 - 08:30							
08:30 - 09:00						SON SOMOS Música Tradicional Mexicana para todo el mundo	
09:00 - 09:30	ANTENA RADIO SUMMARY Noticias nacionales, internacionales, deportes y entrevistas especiales en idioma inglés.						
09:30 - 09:45	RMI CIENCIA Paseo por la ciencia detrás de lo cotidiano	TESIS Divulgación de investigación social y científica de los egresados universitarios	RMI CIENCIA Paseo por la ciencia detrás de lo cotidiano	TESIS Divulgación de investigación social y científica de los egresados universitarios	RMI CIENCIA Paseo por la ciencia detrás de lo cotidiano	TESIS Divulgación de investigación social y científica de los egresados universitarios	RMI CIENCIA Paseo por la ciencia detrás de lo cotidiano
09:45 - 10:00	SON SOMOS Música Tradicional Mexicana para todo el mundo	INAH Entrevistas sobre antropología social mexicana	RAÍCES Y RITMOS REGIONALES Exploración etnomusical mexicana con entrevistas	SON SOMOS Música Tradicional Mexicana para todo el mundo	INAH Entrevistas sobre antropología social mexicana	RAÍCES Y RITMOS REGIONALES Exploración etnomusical mexicana con entrevistas	SON SOMOS Música Tradicional Mexicana para todo el mundo
10:00 - 10:30	ENCUENTROS Análisis, mesas de debate y comentarios de la política mexicana con entrevistas de primera línea.						
10:30 - 11:30	SON SOMOS Música Tradicional Mexicana para todo el mundo					CONVERSACIONES Reflexiones políticas, sociales y culturales	
11:30 - 11:45	ZONA R Un repaso a la historia y representantes del rock en México	PERFILES RMI Entrevistas con los autores y compositores de la música mexicana más reciente	CLAZZ e-STÁNDAR Los testimonios del jazz nacional	VINIL Propuestas musicales mexicanas de bandas de rock	CALEIDOSCOPIO Un paseo por la actualidad musical en México en diversos géneros	PERFILES RMI Entrevistas con los autores y compositores de la música mexicana más reciente	CALEIDOSCOPIO Un paseo por la actualidad musical en México en diversos géneros
11:45 - 12:00	MINUTOS DE CINE Entrevistas con los creadores del cine nacional	CUARTA DE FORROS Café radiofónico con las jóvenes plumas mexicanas	INVASONORA Los sonidos como medio de creación artística en México y el mundo	LA LIGA DE LA IMPROVISACIÓN Improvisaciones cómicas para la radio	EXPOSICIÓN Una vista radiofónica por los rincones mexicanos	MINUTOS DE CINE Entrevistas con los creadores del cine nacional	CUARTA DE FORROS Café radiofónico con las jóvenes plumas mexicanas

Carta programática que define horarios y la descripción de los espacios radiales de RMI, vía Internet. *Parte 2*

RMI - INTERNET

www.rmi.com.mx

Mayorazgo #83, Col. Xoco, CP 03330, México D.F.

TM	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
12:00 - 12:15	VIDA DIARIA Reportajes y crónicas sobre la cotidianidad mexicana	ACORDE AL CANTO Música de tradición mexicana	VIDA DIARIA Reportajes y crónicas sobre la cotidianidad mexicana	ACORDE AL CANTO Música de tradición mexicana	VIDA DIARIA Reportajes y crónicas sobre la cotidianidad mexicana	ACORDE AL CANTO Música de tradición mexicana	VIDA DIARIA Reportajes y crónicas sobre la cotidianidad mexicana
12:15 - 12:30	MÉXICO MUNDO MÚSICA La música mexicana del pasado y del presente					EL MUNDO SOLICITA Publicaciones especiales de los programas	EL MUNDO SOLICITA Publicaciones especiales de los programas
12:30 - 12:45	MAGAZINE RMI Cápsulas de noticias, ciencia y vida, música y testimonios						MAGAZINE RMI Cápsulas de noticias, ciencia y vida, música y testimonios
12:45 - 13:30	JAZZ, ROCK, MÉXICO Música jazz y rock de tradición nacional						EL MUNDO SOLICITA Publicaciones especiales de los programas
13:30 - 13:45						MAGAZINE RMI Cápsulas de noticias, ciencia y vida, música y testimonios	
13:45 - 14:00						EL MUNDO SOLICITA Publicaciones especiales de los programas	
14:00 - 15:00	ANTENA RADIO EXPRESS CON LIOPIA PATRICIA JARA Español, inglés, francés, alemán, noticias, de deportes y cultura más y programas (hasta el momento)						
15:00 - 15:15	JAZZ, ROCK, MÉXICO Música jazz y rock de tradición nacional	REGIONAL ROOTS AND RHYTHMS Explorando etnomusical mexicana en inglés	LA FERIA Parranda	JAZZ, ROCK, MÉXICO Música jazz y rock de tradición nacional	LA FERIA Parranda	REGIONAL ROOTS AND RHYTHMS Explorando etnomusical mexicana en inglés	JAZZ, ROCK, MÉXICO Música jazz y rock de tradición nacional
15:15 - 15:30							
15:30 - 15:45	LINEA ABIERTA Los comentarios y opiniones de los escuchas de RMI	DX 21 Espacio dedicado a los radioaficionados y directas del mundo	TIEMPO DE TOROS Fotos y entrevistas relativas a la fiesta taurina mexicana	LINEA ABIERTA Los comentarios y opiniones de los escuchas de RMI	DX 21 Espacio dedicado a los radioaficionados y directas del mundo	LINEA ABIERTA Los comentarios y opiniones de los escuchas de RMI	TIEMPO DE TOROS Notas y entrevistas relativas a la fiesta taurina mexicana

Carta programática que define horarios y la descripción de los espacios radiales de RMI, vía Internet. *Parte 3*

RMI - INTERNET

www.rmi.com.mx

Mayorazgo #83, Col. Xoco, CP 03330, México D.F.

TM	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
15:45 - 16:00	MEMORIAS MUSICALES <i>Boleros, mariachos, folclore y canciones</i>						
16:00 - 16:30	IMPACTO DEPORTIVO <i>Noticiero con la información deportiva más relevante</i>					MEMORIAS MUSICALES <i>Boleros, mariachos, folclore y canciones</i>	
16:30 - 16:45	SIN AIRE <i>Noticiero sobre cultura, ciencia y curiosidades</i>						
16:45 - 17:00	MEMORIAS MUSICALES <i>Boleros, mariachos, folclore y canciones</i>						
17:00 - 17:15	ANTENA RADIO SUMMARY <i>Noticias nacionales, internacionales, deportes y entrevistas especiales en idioma inglés</i>					TALKING MEXICO <i>Entrevistas a personajes de la cultura y la política en inglés</i>	
17:15 - 17:30						MEXICO MUNDO MUSICA <i>Unos y otros de la cultura mexicana</i>	
17:30 - 17:45	PASAPORTE DIPLOMÁTICO <i>Noticiero sobre el acontecer diplomático mexicano</i>	EMPRESARIOS MEXICANOS <i>Los emprendedores de negocios en México</i>	PASAPORTE DIPLOMÁTICO <i>Noticiero sobre el acontecer diplomático mexicano</i>	REPORTAJES ESPECIALES <i>Piezas radiofónicas de investigación realizadas por el CRAI</i>	PASAPORTE DIPLOMÁTICO <i>Noticiero sobre el acontecer diplomático mexicano</i>	REPORTAJES ESPECIALES <i>Piezas radiofónicas de investigación realizadas por el CRAI</i>	EMPRESARIOS MEXICANOS <i>Los emprendedores de negocios en México</i>
17:45 - 18:00	MAGAZINE RMI <i>Cápsulas de noticias, ciencia y vnofilia; música y testimonios</i>						
18:00 - 20:00	TERCERA EMISIÓN DE ANTENA RADIO CON: MARIA ELENA CANTÚ <i>Las noticias nacionales, internacionales, de deportes y cultura más relevantes hasta el momento</i>					MEXICO CON-TEMPO <i>Música contemporánea instrumental mexicana</i>	
20:00 - 20:30	AVE DE MIL VOCES <i>Música clásica de autores y compositores mexicanos</i>						

Carta programática que define horarios y la descripción de los espacios radiales de RMI, vía Internet. *Parte 4*

RMI - INTERNET							
www.rmi.com.mx							
Mayrazgo #83, Col. Xoco, CP 03330, México D.F.							
TM	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
	DOMINGO CIRCULO MEXICANO RADIO						
20:30 - 20:45	CALEIDOSCOPIO Un paseo por la actualidad musical en México en diversos géneros	ZONA R Un repaso a la historia y representantes del rock en México	PERFILES RMI Entrevistas con los autores y compositores de la música mexicana más reciente	CLAZZ e-STANDARD Los testimonios del jazz nacional	VINIL Propuestas musicales mexicanas de bandas de rock	CALEIDOSCOPIO Un paseo por la actualidad musical en México en diversos géneros	PERFILES RMI Entrevistas con los autores y compositores de la música mexicana más reciente
20:45 - 21:00	RADIO GUÍA Una guía radiofónica por los sitios turísticos mexicanos	CURIOSIDADES DEL ESPAÑOL Los vertientes del idioma al descubrirlo	RADIO GUÍA Una guía radiofónica por los sitios turísticos mexicanos	CURIOSIDADES DEL ESPAÑOL Los vertientes del idioma al descubrirlo	RADIO GUÍA Una guía radiofónica por los sitios turísticos mexicanos	CURIOSIDADES DEL ESPAÑOL Los vertientes del idioma al descubrirlo	RADIO GUÍA Una guía radiofónica por los sitios turísticos mexicanos
21:00 - 22:00	CIRCULO MUSICAL El mundo del jazz de México y el mundo						
22:00 - 22:30	MAGAZINE RMI Cápsulas de noticias, ciencia y anécdotas, música y testimonios						
22:30 - 22:45							LA HORA NACIONAL
22:45 - 23:00	CIRCULO MUSICAL El mundo del jazz de México y el mundo						
23:00 - 00:00	CIRCULO MUSICAL El mundo del jazz de México y el mundo						
00:00 - 00:15	RMI CIENCIA Paseo por la ciencia detrás de lo cotidiano	TESIS Divulgación de investigación social y científica de los egresados universitarios	RMI CIENCIA Paseo por la ciencia detrás de lo cotidiano	TESIS Divulgación de investigación social y científica de los egresados universitarios	RMI CIENCIA Paseo por la ciencia detrás de lo cotidiano	TESIS Divulgación de investigación social y científica de los egresados universitarios	RMI CIENCIA Paseo por la ciencia detrás de lo cotidiano
00:15 - 00:30	CIRCULO MUSICAL El mundo del jazz de México y el mundo	INAH Entrevistas sobre antropología social mexicana	RAICES Y RITMOS REGIONALES Exploración etnomusical mexicana con entrevistas	CIRCULO MUSICAL El mundo del jazz de México y el mundo	INAH Entrevistas sobre antropología social mexicana	RAICES Y RITMOS REGIONALES Exploración etnomusical mexicana con entrevistas	CIRCULO MUSICAL El mundo del jazz de México y el mundo
00:30 - 01:00	ENCUENTROS Análisis, mesas de debate y comentarios de la política mexicana con entrevistas de primera línea						
01:00 - 01:15	ZONA R Un repaso a la historia y representantes del rock en México	PERFILES RMI Entrevistas con los autores y compositores de la música mexicana más reciente	CLAZZ e-STANDARD Los testimonios del jazz nacional	VINIL Propuestas musicales mexicanas de bandas de rock	CALEIDOSCOPIO Un paseo por la actualidad musical en México en diversos géneros	PERFILES RMI Entrevistas con los autores y compositores de la música mexicana más reciente	CALEIDOSCOPIO Un paseo por la actualidad musical en México en diversos géneros
01:15 - 01:30	JAZZ ROCK MEXICO El mundo del jazz de México y el mundo						

Carta programática que define horarios y la descripción de los espacios radiales de RMI, vía Internet. *Parte 5*

RMI - INTERNET							
www.rmi.com.mx							
Mayorazgo #83, Col. Xoco, CP 03330, México D.F.							
TM	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
01:30 - 01:45	MINUTOS DE CINE Entrevistas con los creadores del cine nacional	INVAGONORA Los sonidos como medio de creación artística en México y el mundo	LA LINEA DE CERA IMPROVISACIÓN Improvisaciones cómicas para la radio	EXPOSICIÓN Una vista radiofónica por los museos mexicanos	CUARTA DE FORROS Café radiofónico con las jóvenes plumas mexicanas	MINUTOS DE CINE Entrevistas con los creadores del cine nacional	CUARTA DE FORROS Café radiofónico con las jóvenes plumas mexicanas
01:45 - 02:00	MEXICO CON TIEMPO Música contemporánea por un artista mexicano						
02:00 - 02:15	MEXICO CON TIEMPO Música contemporánea por un artista mexicano	VIDA DIARIA Reportajes y crónicas sobre la cotidianidad mexicana	MEXICO CON TIEMPO Música contemporánea por un artista mexicano	VIDA DIARIA Reportajes y crónicas sobre la cotidianidad mexicana	MEXICO CON TIEMPO Música contemporánea por un artista mexicano	VIDA DIARIA Reportajes y crónicas sobre la cotidianidad mexicana	MEXICO CON TIEMPO Música contemporánea por un artista mexicano
02:15 - 02:30	MEXICO CON TIEMPO Música contemporánea por un artista mexicano						
02:30 - 03:00	AVE DE MIL VOCES Música clásica de autores y compositores mexicanos						
03:00 - 03:15	SON SOMOS Música Tradicional Mexicana para todo el mundo	REGIONAL ROOTS AND RHYTHMS Exploración etnomusical mexicana en inglés	NOTICARIO CULTURAL Pendiente	SON SOMOS Música Tradicional Mexicana para todo el mundo	NOTICARIO CULTURAL Pendiente	REGIONAL ROOTS AND RHYTHMS Exploración etnomusical mexicana en inglés	SON SOMOS Música Tradicional Mexicana para todo el mundo
03:15 - 03:30							
03:30 - 03:45	LÍNEA ABIERTA Los comentarios y opiniones de los escuchas de RMI	DX 21 Espacio dedicado a los radioaficionados y diestras del mundo	TIEMPO DE TOROS Notas y entrevistas relativas a la fiesta laurina mexicana	LÍNEA ABIERTA Los comentarios y opiniones de los escuchas de RMI	DX 21 Espacio dedicado a los radioaficionados y diestras del mundo	LÍNEA ABIERTA Los comentarios y opiniones de los escuchas de RMI	TIEMPO DE TOROS Notas y entrevistas relativas a la fiesta laurina mexicana
03:45 - 04:00	ACORDE AL CANTO Música de Viejadores mexicanos					MEMORIAS MUSICALES Batería, maracas, trios y danzónes	
04:00 - 04:30	IMPACTO DEPORTIVO Noticiero con la información deportiva más relevante						

espacios radiales de RMI, vía Internet. Parte 6

RMI - INTERNET

www.rmi.com.mx

Mayorazgo #83, Col. Xoco, CP 03330, México-D.F.

TM	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
	DIFÍCIL APLICACIÓN ANTENA RADIO						
04:30 - 04:45	SIN AIRE Noticiero sobre cultura, ciencia y curiosidades						
04:45 - 05:00	MEMORIAS MUSICALES Banda, mariachi, trova y canciones						
05:00 - 05:15	TALKING MEXICO Entrevistas a personajes de la cultura y la política en inglés.						
05:15 - 05:30	PASAPORTE DIPLOMÁTICO Noticiero sobre el acontecer diplomático mexicano	EMPRESARIOS MEXICANOS Los emprendedores de negocios en México	PASAPORTE DIPLOMÁTICO Noticiero sobre el acontecer diplomático mexicano.	REPORTAJES ESPECIALES Piezas radiofónicas de investigación realizadas por el SNN	PASAPORTE DIPLOMÁTICO Noticiero sobre el acontecer diplomático mexicano.	REPORTAJES ESPECIALES Piezas radiofónicas de investigación realizadas por el SNN	EMPRESARIOS MEXICANOS Los emprendedores de negocios en México
05:30 - 05:45	CALEIDOSCOPIO Un paseo por la actualidad musical en México en diversos géneros.	ZONA R Un repaso a la historia y representantes del rock en México.	PERFILES RMI Entrevistas con los autores y compositores de la música mexicana más reciente.	CLAZZ e-STANDARD Los testimonios del jazz nacional.	VINIL Propuestas musicales mexicanas de bandas de rock.	CALEIDOSCOPIO Un paseo por la actualidad musical en México en diversos géneros.	PERFILES RMI Entrevistas con los autores y compositores de la música mexicana más reciente.
05:45 - 06:00	CURIOSIDADES DEL ESPAÑOL Los vericuetos del idioma al descubrimiento.	RADIO GUÍA Una guía radiofónica por los sitios turísticos mexicanos.	CURIOSIDADES DEL ESPAÑOL Los vericuetos del idioma al descubrimiento.	RADIO GUÍA Una guía radiofónica por los sitios turísticos mexicanos.	CURIOSIDADES DEL ESPAÑOL Los vericuetos del idioma al descubrimiento.	RADIO GUÍA Una guía radiofónica por los sitios turísticos mexicanos.	CURIOSIDADES DEL ESPAÑOL Los vericuetos del idioma al descubrimiento.
06:00 - 07:00	MEMORIAS MUSICALES Banda, mariachi, trova y canciones						

Es evidente que el programa *Empresarios Mexicanos*, motivo de este texto, se encuentra contemplado en ambas cartas programáticas. El horario quedó definido según las necesidades de la emisora, y se retoma de ambas cartas quedando así:

Por OC se transmitirá: Martes y Domingos, 17:30 hrs. Por Internet, aunque habrá un 'link' donde se podrá acceder a una base de datos con los programas ya transmitidos, la versión de la semana será Martes y Domingos, 17:30 y 05:15 hrs.

Hasta aquí, se ha explicado como *Empresarios Mexicanos*, la voz de la pequeña y mediana empresa (Pyme) a través de la radio e internet, cuenta ya con un espacio dentro del medio de comunicación, RMI. Ahora, resulta pertinente determinar la importancia de la temática principal de esta propuesta, para validar su importancia.

1.4. Sobre la Pequeña y mediana empresa.

Ya en páginas anteriores se explicó sobre lo imprescindible que resulta crear contenidos específicos para la radio, especialmente si se trata de Internet. En esta propuesta la temática está encaminada hacia el sector empresarial, pero no el de las grandes corporaciones, sino que la mirada, o mejor dicho, el oído, se enfoca hacia la Pyme .

En los siguientes párrafos, se pretende generar un contexto sobre la temática que aborda la propuesta radiofónica *Empresarios Mexicanos*, pues al finalizar esta sección, se determinarán las características que asume un producto radiofónico, para una radiodifusora que mezcla dos maneras de transmisión: Internet y Onda Corta.

1.4.1. Definición de Pyme

En México, en el mundo, en países en proceso de desarrollo y en los altamente industrializados, existe una estructura industrial, cuya integración puede ser deficiente o responder con eficacia a la demanda de cada mercado interno o internacional. Sin embargo, en cualquiera de estas estructuras existe la pequeña y mediana empresa (Pyme)⁶⁴.

¿Qué es una Pyme? La Secretaría de Economía define a la pequeña y mediana empresa a aquellos negocios que cumplan los requisitos de acuerdo con la siguiente clasificación⁶⁵:

Estratificación por número de empleados (Diario Oficial de la Federación 30 de marzo de 1999)			
TAMAÑO	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
Pequeña empresa	31 - 100	6 - 20	21 - 50
Mediana empresa	101 - 500	21 - 100	51 - 100

Estas empresas están conformadas, en su mayoría, por familias, donde las decisiones están dadas en función del grupo. En otros casos, son sociedades donde los integrantes están vinculados por lazos afectivos (amigos).

Las Pymes representan a un sector de la economía, y que antes de hablar sobre su importancia como temática para un programa radiofónico, se considera necesario explicar un poco del desarrollo del sector en México.

⁶⁴ *Características de la Industria mediana y pequeña en México*. Editado por Fondo de Garantía y Fomento a la Industria Mediana y Pequeña (FOGAIN). Nacional Financiera S.A. México, D.F., 1974. Tomo 1, p.21

⁶⁵ Datos tomados de las reglas de Operación del FAMPYME, (Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa) en <http://www.contactopyme.gob.mx/fondos/preguntas.asp?f=1&qcap=a>

1.4.2. Historia de la Pyme en México.

La pequeña industria surgió muchos años antes de que naciera el capitalismo industrial, tenía como fuente creadora las necesidades primarias del hombre, como el tallado de la piedra, el trabajo de metales, la manufactura de prendas de vestir y ornamentales, etc.

“Así se constituyó (la pequeña empresa) no sólo en fuente de abastecimiento de artículos para el consumo sino al mismo tiempo en la piedra angular que había propiciado el desarrollo de las fuerzas productivas, y es principalmente la industria de modestos recursos donde se apoya la Revolución Industrial y con ello la tecnología que hoy fomentan y desarrollan las grandes empresas”⁶⁶.

En México, durante el periodo independiente, se desarrollaron las industrias tales como la textil, de los alimentos, de la mueblería de madera y la química.

Antes de 1910, habían surgido las grandes industrias, como la Fundidora de Fierro y Acero de Monterrey, además de estas grandes compañías, ya existía la incipiente industria y la artesanía casera, utilitaria y de ornato, es decir, la Pyme.

Después de la Revolución Mexicana, al ampliarse el mercado interno, se desarrollan diversas industrias. Y las que predominaron y crecieron rápidamente dentro de la estructura económica fueron las Pymes.

A lo largo del siglo XX, las Pymes se desarrollaron y consolidaron como elemento fundamental dentro de la economía del país; de esta manera, en la actualidad las Pymes representan un factor de suma importancia en el proceso de desarrollo del México actual.

⁶⁶ *Características de la Industria mediana y pequeña en México*, Op.Cit. p.21

1.4.3. Importancia de las Pymes

La importancia de las Pymes es evidente. En últimas fechas, este sector ha captado un gran interés por parte de los diferentes grupos económicos. La pequeña y mediana empresa destaca por la gran cantidad de establecimientos de este tipo en nuestro país.

Las estadísticas son cómplices de la importancia de las Pymes: el 98 % de las empresas en México son Pyme, (incluyendo a las microempresas) y ocupan el 64 % del personal de la planta productiva del país⁶⁷.

Las Pymes no sólo adquieren importancia en ámbito nacional, sino que en el internacional. Existen instituciones alrededor de todo el mundo, así como páginas web, que dedican su tiempo y espacio al desarrollo de la Pyme.

Ricardo Bolaños (2004) afirma que las grandes empresas (ahora conglomerados multinacionales) acaparan y dominan la economía mundial, sin que las Pymes queden fuera del esquema:

“Las empresas grandes están desapareciendo para dar paso a los conglomerados y a las Pymes. Ahora las Pymes se dedican a prestar servicios a los conglomerados, atender pequeños nichos de mercado, integrar cadenas productivas u organizaciones virtuales”.⁶⁸

Ahora bien las Pymes enfrentan, en algunos casos, problemáticas particulares de una empresa: “elevados costos asociados a la normatividad y la sobre regulación; escasa formación y desarrollo de habilidades empresariales; limitaciones en la capacitación y desarrollo de los recursos humanos, escasos sistemas de información, desconocimiento del mercado y problemas de

⁶⁷ Bolaños Barrera, Ricardo. La Pyme, motor de desarrollo. En http://www.pyme.com.mx/articulos_pyme/todos_los_articulos/, p.1. 2004.

⁶⁸ Ibidem, p.1.

comercialización; falta de vinculación con los instrumentos para el desarrollo y la innovación tecnológica y el difícil acceso a esquemas de financiamiento oportuno, adecuado y en condiciones competitivas⁶⁹.

Además de estas problemáticas que fracturan el sano desarrollo de las Pymes, existe el de la difusión, pues sino cuentan con los recursos para resolver los conflictos antes mencionados, mucho menos para la promoción de sus productos o servicios.

Este panorama permite detectar la pertinencia de una propuesta radiofónica, como ventana de difusión internacional vía Onda Corta e Internet, para la Pequeña y mediana empresa, donde éstas promuevan su trabajo, a través de la emisora Radio México Internacional.

Sin embargo, antes de dar los pormenores de la propuesta en sí, será necesario crear parámetros metodológicos, para determinar el cómo elaborar programas de radio, que conjugan la transmisión tradicional, la onda corta, con los nuevos esquemas que propone Internet, pues ésta es la fórmula de la que hace uso RMI para el logro de su misión y objetivos.

⁶⁹ Reglas de Operación del FAMPYME, Op. Cit.

Capítulo II

Respecto a la elaboración de un espacio radial para RMI OC.

En este capítulo, el lector podrá conocer las características esenciales para la realización de una producción radiofónica: desde la determinación de los elementos que constituyen la transmisión radial, hasta la presentación del guión, enunciando sus cualidades como documento imprescindible para la realización de cualquier producción radiofónica.

También se presenta una advertencia sobre la pertinencia del programa *Empresarios Mexicanos*, para hacer preámbulo a la propuesta formalmente.

2.1. Cómo hacer un programa de radio.

Debido a la naturaleza tecnológica de la radio, los elementos de manifestación que se utilizan en el medio son meramente auditivos. Estos son: la expresión verbal, la música y los efectos sonoros.

Y aunque a continuación se hablará del cómo realizar una producción radiofónica a lo que parece un programa de radio tradicional, no hay que olvidar que en RMI, se utilizan las dos formas de transmisión; por ello, es necesario tener presente esta condición que la propia realidad exige.

2.1.1. Elementos de expresión de la radio.

La radio como medio de comunicación, requiere de un código para establecer la comunicación con sus receptores, donde el código propiamente radiofónico, consiste en el sistema de reglas de uso y combinaciones entre la voz, la música y los efectos; que el emisor y el receptor utilizan para la producción e interpretación de los mensajes radiofónicos.

"El código radiofónico establece de qué manera la voz, la música y los efectos sonoros pueden ser usados y articulados para la transmisión de significados"⁷⁰

Romo Gil⁷¹ define a estos tres elementos de la siguiente manera:

- A) La voz, como el elemento radiofónico por excelencia, que representa lo más significativo del ser humano porque es la palabra. También, el uso de la voz en radio tiene ciertas cualidades: tono, timbre, intensidad y cantidad⁷².

⁷⁰ Romo Gil, María Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Ed. Diana. Guadalajara, Jal, 1994 p. 49

⁷¹ *Ibidem*, pp. 50-54

⁷² En México, se expide un certificado para poder ejercer trabajos de locución. Este documento lo concede la Secretaría de Educación Pública, a través de la Unidad de Televisión Educativa DGTVE, con fundamento en el Artículo 11, fracción VI, de la Ley Federal de Radio y Televisión, y el Acuerdo 169 de la SEP del 14 de octubre de 1992.

- B) La música, como el segundo elemento del código radiofónico y un excelente auxiliar del guión. Su funcionalidad consiste en expresar sin palabras el lugar, el tiempo o el estado de ánimo; además es una ayuda para intensificar la acción, para establecer la ambientación en general y principalmente para hacer cambios de escena, tales como: la cortina, el puente, la ráfaga, la fanfarria, la identificación, entradas o salidas.⁷³
- C) Efectos de sonido, se utiliza este tercer elemento principalmente en los programas dramáticos. Ambientan, ilustran y completan situaciones. "Su fuerza surge de la asociación visual que el ser humano hace cuando escucha un sonido".

Es necesario organizar estos elementos para lograr un programa de radio con un determinado sentido. Este orden queda sentado en la realización del guión, ya que este documento es la clave para el éxito o fracaso del resultado final de un producto radial.

Como se ha dicho en apartados anteriores, Radio México Internacional, estación a la que va dirigida la propuesta radial *Empresarios Mexicanos*, no sólo transmite a la manera convencional, sino que Internet es otro recurso del que se vale para emitir su programación.

Por ello, es conveniente que se retomen las condiciones que ofrece Emma Rodero⁷⁴, para la elaboración de un programa de radio por Internet, que incluso, ya se tomaron en consideración desde el capítulo anterior, cuando se habló de los

⁷³ Por *cortina* se entiende al fragmento musical que separa dos escenas, y no debe durar más de diez segundos. Un *puente*, es un intermedio musical, con duración no mayor a los 20 segundos y se emplea para sugerir un transcurso largo de tiempo entre escena y escena. Para llamar dinámicamente la atención del público o para reforzar un diálogo que define una situación, se emplea un fragmento corto de música, fuerte y dramática, de corta duración llamada *ráfaga*. La *fanfarria* alude a situaciones heroicas y festivas, que emiten instrumentos de percusión y metales. La *identificación*, *entrada* y *salida*; son tres funciones importantes que tiene cualquier programa de radio.

⁷⁴ RODERO Antón, Emma. *La Radio en Internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red.*, en http://www.congresoperiodismo.com/comunicaciones/rodero_comunica.doc

mecanismos que se requieren a partir del acercamiento de los medios tradicionales a la "red de redes".

Como bien se dijo, el producto radiofónico a través de la red se relaciona estrechamente con las características y hábitos de consumo de los usuarios. Además de pensar y estructurar un guión radiofónico, mismo que se describe más adelante, se tiene que considerar la combinación de texto e imagen, pues así lo exige el medio.

A continuación se explicarán las características del guión radiofónico, para después enunciar los pasos a seguir para la realización del mismo.

2.1.2. Guión radiofónico.

El guión es la herramienta básica para el desarrollo de cualquier emisión radiofónica. *"Su planeación, su estudio previo, su realización, prácticamente hacen el programa de radio"*.⁷⁵

Cuando se escribe un guión de radio, Romo Gil afirma que se debe tomar en cuenta el tipo de público a que se dirige y los recursos y posibilidades de realización. Una vez especificado esto, es necesario determinar el tipo de guión a realizar.

Clasificación del guión radiofónico.

El guión radiofónico se clasifica dependiendo del tipo de programa que se desee realizar:

⁷⁵ Romo Gil, María Cristina. Op. Cit., p. 57

- a) **El guión completo.** Se utiliza para programas dramáticos, en el se incluyen todas las palabras, efectos y música que van a ser escuchados por el auditorio.
- b) **El guión semicompleto:** Se utiliza para aquellos programas en los que participan personas con su opinión o con textos que no dependen del guionista, donde sólo se marcan los espacios de las intervenciones de las otras personas. Es usual en programas de entrevista o en revistas. De hecho, éste es el tipo de guión que se empleará para *Empresarios Mexicanos*.
- c) **El guión listado:** Se requiere para los programas con secuencias de partes grabadas de antemano y en el guión sólo se marca esa secuencia.
- d) **La hoja de continuidad:** aunque no es un guión, se toma en cuenta, ya que es la lista diaria de las canciones, los programas, anuncios, mensajes y el tiempo preciso en que se transmiten.

Estas son las cuatro maneras en que se clasifican los guiones radiofónicos, ahora, es necesario explicar la manera en que debe presentarse este documento.

Presentación del guión

El guión deberá, según lo afirma Romo Gil⁷⁶, de la siguiente manera:

- 1) **Papel:** usar cuartillas tamaño carta, blancas, sin márgenes y logotipos impresos.

⁷⁶ Ibidem, pp. 63-66

- 2) **Primera página:** deberá contener toda la información necesaria, ésta se escribirá en la parte superior izquierda de la hoja, por ejemplo:

Nombre de la serie a la que pertenece el programa.

Número de programa.

Nombre o tema del programa

Guionista.

Requerimientos humanos: (productor, locutores)

Requerimientos técnicos.

Música

Efectos

- 3) **Numeración:** desde la primera hoja deben ir numeradas y con guía, ejemplo:

Nombre de la serie a la que pertenece el programa.

Hoja 3

Número de programa.

- 4) **División de las hojas:** Es necesario dividir las hojas en tres columnas imaginarias: la primera es para el tiempo y medirá tres centímetros, la segunda es para las indicaciones técnicas, música y efectos; no debe pasar de seis centímetros. Y la tercera es para el diálogo y narración, y ocupará el resto de la cuartilla.
- 5) **Columna de tiempo:** debe contener el tiempo total y el tiempo parcial. Al iniciar cada hoja debe ir el tiempo acumulado de las anteriores, además, en cada renglón en donde haya cambio de

música, efecto o locutor, se indicará el tiempo de duración de cada fragmento. Al final de la hoja se suma el tiempo acumulado de las hojas anteriores con los tiempos indicados en esta hoja y se pone al final.

- 6) **Columna de indicaciones técnicas:** deben escribirse siempre en MAYUSCULAS. "*Todo lo escrito con mayúsculas no sale al aire*".

Al respecto de la MÚSICA, es necesario escribir el título, el disco y la banda, además, habrá que indicar si la música se corta de golpe, si baja y permanece de fondo, si decrece hasta desaparecer totalmente, si se usa como cortina, puente, ráfaga, etc. Si se pretende que la música permanezca de fondo, habrá que trazarse una flecha hacia abajo para indicar hasta que línea del diálogo continuará. Es importante anotar el tiempo de duración de la música en la columna de tiempo.

Para los EFECTOS valen las mismas indicaciones que para la música. Escríbase la palabra EFECTO subrayada lo mismo que la palabra MÚSICA.

- 7) **Columna del diálogo y narración:** debe escribirse en minúsculas. Se exceptúan los nombres propios y el principio del párrafo, en que se emplearán las mayúsculas como de costumbre. Para las indicaciones a los locutores, estas se escribirán en mayúsculas y entre paréntesis. Los nombres de los personajes van también en mayúsculas, pero subrayadas: LOCUTOR.
- 8) **Número de copias:** Habrán de sacarse tantas copias del guión cuantas sean las personas que intervengan en el programa, como director, operador, locutores, actores.

A continuación se presenta un ejemplo de presentación del guión, tomado del texto de María Cristina Romo Gil:

MEXICO Y SU HISTORIA PROGRAMA No. 3		Hoja 3
2" 30'	<u>MUSICA</u> -CORTINA 10" DISCO OSCAR CHAVEZ: BANDA 4 SE CORTA DE GOLPE CUANDO ENTRA EL LOCUTOR	
10"		<u>NARRADOR 1</u> – Nos encontramos en el lago de Texcoco, donde el Emperador Moctezuma se dirige a su séquito.
5"	<u>EFFECTO</u> : RUIDOS METALICOS, RUEDAS, MURMULLOS PERMANECEN 5" Y DESAPARECEN LENTAMENTE	
20"	<u>EFFECTO</u> : PASOS QUE SE ACERCAN	<u>MOCTEZUMA</u> – Digan a la gente que esperen en silencio a que yo les haga una señal para comenzar a caminar. <u>NINO</u> – Señor, Señor, a lo lejos se ve mucho polvo.
10"	<u>EFFECTO</u> : PASOS MULTIPLES. AGITACIÓN. SE MEZCLAN CON MUSICA	<u>MOCTEZUMA</u> - ¿Qué dices? Tendremos que apresurarnos. ¡Pronto! (PAUSA) Llama al segundo.
10"	<u>MUSICA</u> : REVUELTAS-REDES PERMANECE DE FONDO	
2" 45'		<u>NARRADOR</u> – El emperador sabia que el peligro estaba cerca y que debía tomar decisiones rápidas...

Hasta aquí se establece la evidencia de cómo realizar un producto radiofónico, específicamente dirigido a la estación Radio México Internacional, donde se transmite por dos formas de transmisión, OC e Internet, que asume un matiz diferente para la realización de sus productos.

Sin embargo, es necesario plantear la reflexión respecto a la pertinencia del programa *Empresarios Mexicanos* en RMI OC.

2.2. Sobre la pertinencia de la propuesta *Empresarios Mexicanos*.

Como ya se dijo, desde su origen, la transmisión de mensajes mediante la Onda Corta ha sido herramienta de difusión desde propaganda política hasta la transmisión de ideas y sentimientos de una nación.

El Capítulo I de este texto, deja patente la proliferación que vivió este forma de frecuencia radial en sus primeras décadas de vida, tanto en el mundo como en la República Mexicana. Ahora, después de poco más de un siglo de aparición, la posible desaparición del medio es casi tangible a la mirada de todos.

Sin embargo, también se comentó sobre la aparición del Internet como una opción para muchas estaciones de radio, para que éstas continúen con su misión y objetivos, incluyendo a Radio México Internacional; a la que además, favorece su transmisión de corte internacional, motivo de ser de la emisora del Instituto Mexicano de la Radio. RMI defiende su posición en el terreno de las ondas y adhiere su transmisión al uso del Internet. Estos dos medios de presencia mundial le permiten:

*Ofrecer la imagen de un México moderno, democrático, con gran apertura informativa; que fomenta el desarrollo educativo, apoya las expresiones artísticas y la investigación científica y social; todo, a través del aprovechamiento de las nuevas y viejas tecnologías de comunicación a distancia*⁷⁷.

⁷⁷ Dato tomado de la Radiodifusora, es su misión actual.

Por otro lado, se ha mencionado en este texto a la pequeña y mediana empresa (Pyme), como el contenido de la propuesta radiofónica *Empresarios Mexicanos*.

Es palpable la situación económica actual de esta nación y del mundo, donde el desarrollo de los grandes corporativos multinacionales, ha propiciando la desaparición de las grandes empresas nacionales, devorando los mercados. Pese a ello, hay un sector que logra mantenerse dentro de este ambiente económico y por alguna razón no decae, no se apaga: las Pymes.

Independientemente de los retos que enfrentan las Pymes mexicanas, en cuanto a su estructura, logística de producción y desarrollo se refiere; una manera de contribuir a la difusión del trabajo de los empresarios mexicanos o Pymes, es precisamente con esta propuesta radiofónica.

Por ello, se considera pertinente que una estación como Radio México Internacional, inserte en su programación un espacio dedicado a difundir el trabajo de mexicanos ocupados en el quehacer empresarial, a nivel de la pequeña y mediana empresa.

A continuación, se presenta de manera detallada cada uno de los elementos que conforman la propuesta *Empresarios Mexicanos*. Además se explica el por qué de cada uno de ellos, con base en la información que se ha escrito en los apartados anteriores.

Capítulo III

Propuesta radiofónica: *Empresarios Mexicanos*

Este es el apartado donde el lector podrá conocer las características de la propuesta radiofónica *Empresarios Mexicanos*, dirigida a la estación Radio México Internacional.

3.1. Objetivo general de *Empresarios Mexicanos*.

Atendiendo a la misión que proyecta la radiodifusora RMI, donde se insiste en:

Ofrecer la imagen de un México moderno, democrático, con gran apertura informativa; que fomenta el desarrollo educativo, apoya las expresiones artísticas y la investigación científica y social; todo, a través del aprovechamiento de las nuevas y viejas tecnologías de comunicación a distancia,

Y que justifica su razón de existir como:

La ventana radiofónica de referencia inmediata en el público internacional y del interior de la República, sobre el acontecer noticioso, turístico, científico, tecnológico, político, empresarial, artístico y musical de México¹.

Por lo tanto, el objetivo general de *Empresarios Mexicanos* es:

Transmitir a los radioescuchas nacionales e internacionales, a través del aprovechamiento de las viejas y nuevas tecnologías, información relacionada con el mundo empresarial en México, específicamente referida al sector de las Pymes (Pequeña y mediana empresa), mediante entrevistas realizadas con los representantes del sector, así como con cápsulas informativas.

A continuación, se presenta cómo será posible el cumplimiento del objetivo de la propuesta radiofónica *Empresarios Mexicanos*.

En primer lugar es importante determinar a los recursos humanos, para ello se tiene contemplado al siguiente equipo, con sus respectivas responsabilidades:

Nombre de la persona	Cargo	Actividad
Oscar García	Productor	Supervisión de la realización del programa en su totalidad.
Gerardo Sánchez	Locutor/Rel. públicas	Entrevista a los invitados, además de contactarlos para su asistencia al programa.
Bonnie Perette	Locutora	Realización de cápsulas informativas, así como de su respectiva locución.
Verónica Flores	Guionista	Realización del guión, así como de los sumarios informativos y de la búsqueda de imágenes (para la transmisión vía Internet)

¹ Datos mencionados en el Capítulo I, apartado 1.3.3. Programación actual, cuando se hace mención sobre las características de contenido en la programación de RMI.

Además, el programa se producirá y transmitirá desde las instalaciones del Instituto Mexicano de la Radio IMER, ubicadas en Real de Mayorazgo No 83, en la Colonia Xoco.

Las frecuencias de transmisión serán por Onda Corta a 31 metros en el 9705 kHz y a los 25 metros en el 11770 kHz. Por Internet, a través de la página www.rmi.gob.mx.

Es merecido participar al lector sobre las características que cumple el programa con relación a su forma y a su contenido.

3.2. Formato de *Empresarios Mexicanos*.

Las características del programa *Empresarios Mexicanos* se dividen en las siguientes categorías:

- 1) A través de sus **características de forma**, es decir, el tiempo de duración, esquema del programa, tipo de imágenes y textos para el caso de su transmisión vía Internet, etc.; y
- 2) A través de sus **características de contenido**, entendiéndose como los géneros periodísticos a utilizar, las temáticas de las entrevistas, etc.

3.2.1. Características de Forma

A) Transmisión semanal:

La entrega de los programas se realizará semanalmente, esto es para contar con el tiempo suficiente de planeación, investigación y control de los entrevistados. Además, éste es un requerimiento que exige la misma radiodifusora².

B) Duración del programa

El tiempo que dura este espacio está contemplado de 15 minutos. Emma Rodero ratifica que para hacer radio via Internet, *"se debe dar un tratamiento conversacional y profundo pero con una menor duración, ya que el usuario reclama contenidos concretos pero de manera rápida"*³. Además, esta condición la planten las exigencias que la radiodifusora solicita en su programación, ya que así tiene planeada su carta programática.

C) Información e imagen.

Para la transmisión via Internet, se pretende realizar un sumario de cada emisión, donde se explica en que consistirá el programa de esa semana. Además, una imagen de la Pyme, ya sea logotipo o fotos de su producto, ilustrarán la página. Se recuerda que esta estrategia forma parte del quehacer radiofónico via Internet⁴.

D) Estructura del programa

² Información proporcionada por Lic. Alejandro Joseph, Gerente de RMI. Consultar en 1.3.3. Programación actual, de este texto.

³ Idea retomada del Capítulo I de este texto.

⁴ Ibidem.

La estructura del programa será de la siguiente forma:

DURACIÓN	BLOQUE
	Fade in
	ID IMER. "El Instituto Mexicano de la Radio presenta..."
01' 00"	Introducción. Se explicará sobre lo que tratará la emisión de ese día, se presentan a los invitados y da paso a la primera cápsula informativa.
01' 00"	CAPSULA 1. Estas cápsulas reflejaran otra perspectiva de cada tema. Serán el marco contextual de cada emisión.
04' 00"	1er BLOQUE. Dará comienzo la entrevista al invitado o invitados. Se pretende charlar con los representantes de esos sectores/temáticas, para que de viva voz expresen cual es su visión de su respectiva área, así como los productos o servicios que ofrecen.
01' 00"	CAPSULA 2.
04' 00"	2º BLOQUE. Continúa la entrevista.
01' 00"	CAPSULA 3
04' 00"	3er BLOQUE. Continúa la entrevista con el invitado, se agradece su presencia y se despide al programa.
	ID IMER. "El Instituto Mexicano de la Radio presentó..."
TIEMPO ESTIMADO 15' 00"	Fade out

E) Página de Internet

En el Capítulo I de este texto se mostró la página web de RMI, donde se exponen las ligas o enlaces a los diferentes servicios y productos que ofrece la emisora por la red.

Cuando el usuario ingresa al enlace de *Empresarios Mexicanos*, aparece la sección que corresponde al programa. Ahí, se puede observar dos sumarios, con sus respectivas imágenes, y cada uno corresponde a un programa en particular. De esta manera, cuando el ciber-escucha presione con el mouse en la imagen, podrá percibir el espacio radial.

En la parte superior derecha se puede consultar el link "Programas Anteriores", que permitirá acceder a programas ya transmitidos.


A continuación se muestra la imagen de la página de *Empresarios Mexicanos*.

Radio Mexico Interactiva del Grupo IMER - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Búsqueda Favoritos Multimedia

C:\Documents and Settings\Jorge Virglio\Mis documentos\Mis Trabajos\Web\RM1\empresa.html


Programación RMI
BUSCAR

[NOTICIAS](#)
[CARTA PROGRAMÁTICA](#)
[ARCHIVOS](#)
[TRANSCRIPCIONES](#)
[ACERCA RMI](#)
[CONTACTO](#)

RMI EN VIVO

MUSICALES EN LINEA

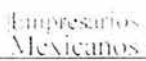
[Calidoscopio](#)
[Clazz e-Standard](#)
[Perfiles](#)
[Pices y Ritmos](#)
[Regionales](#)
[Regional Roots & Rhythms](#)
[Vinil](#)
[Zona P](#)

CONTACTO RMI E-MAIL


CONTACTO RMI E-MAIL
rmi@imer.com.mx
 PUBLICIDAD
publi-rmi@imer.com.mx
 CORRECCIONES
prog.rmi@imer.com.mx
 ENVÍA TUS IDEAS
prod.rmi@imer.com.mx

SOPORTE MULTIMEDIA

[Real Player](#)
[Media Player](#)
[Quick Time](#)



ESTA SEMANA




DE SANTA ANA, UN NOPAL DE EXPORTACIÓN

Fecha 31/02/03

SINOPSIS

El día de hoy nos acompañan productores y vecinos del pueblo de Santa Ana, Tlaxcootenco, una de las principales zonas productoras de nopal en el país. Conoceremos de dónde nace su participación en este sector, cuáles son las alternativas de industrialización y comercialización del nopal y sus derivados, así como la manera en que se formó la sociedad "Cueyatlahuilli Tlaxcootense"...



LA MODA EN MADERA

Fecha 31/02/03

SINOPSIS

En esta ocasión, comparte el micrófono de RMI, Artani, una empresa que fabrica un accesorio de vestimenta, ocupado principalmente por el género masculino desde hace mucho tiempo: la corbata. Donde se mezcla la creatividad de darle nuevos usos a la madera, con talento artístico. Conoceremos de dónde nace esta creativa compañía y quienes son los que están de tras de ella...

BANNER

CUARTA DE FORROS

[Programas anteriores](#)
[Donde escuchar](#)
[Acerca del programa](#)
[Contacto](#)
CONDUCTORES
fulano@hotmail.com
menajano@hotmail.com
SUGERENCIAS
zutano@imer.com.mx

BANNER

ATENCIÓN: Este sitio está diseñado para ser visto en resolución de 800 X 600 pixeles y con Explorer 5.0 o superior.

DERECHOS RESERVADOS, IMER, 2003.

3.2.2. Características de contenido.

A) Géneros periodísticos.

Los géneros periodísticos que se utilizarán en el programa son la entrevista informativa, es decir, *“aquella que se busca con el fin de obtener información noticiosa”*⁵.

La entrevista permitirá entablar una conversación directa con aquellos que dedican su trabajo a una Pyme determinada; y de la propia voz del Pyme, el radioescucha o ciber-escucha, podrá conocer la historia, el producto y todo lo que tenga que ver con esa empresa⁶.

Las cápsulas serán el contexto de cada emisión. Dicho de otra forma, las cápsulas darán relevancia a otros enfoques respecto al tema a tratar en cada emisión.

Por ejemplo, un programa es dedicado a la productora de *Nopal Incubadora Hueytlahuilli Tlacotense*, entonces las cápsulas serán en función de:

- * Las propiedades nutritivas del nopal,
- * El nopal como símbolo patrio, y
- * Las características del consumo del nopal.

⁵ LEÑERO, Vicente. Et. all. *Manual de Periodismo*. México, Grijalbo, 1986, pág. 107.

⁶ *“El almacenamiento de los productos radiofónicos en la red, hace que el usuario acceda a la información en cualquier momento, por ello se considera que los formatos sonoros más adecuados para presentárselos serán la entrevista y el reportaje. Estos géneros, al ser géneros de diálogo, mantienen la atención del oyente”*. En 1.2.2.1.2 *Sobre el diseño de un producto radiofónico en Internet*, en el Capítulo I de este texto.

B) Manejo de las temáticas.

Cada programa estará dedicado a una Pyme en particular, donde se espera contar con la presencia de los dueños de las empresas para que ellos mismos relaten el funcionamiento de su empresa y del producto que venden.

El parámetro para considerar a una Pyme, es el que define la Secretaría de Economía, en el Diario Oficial de la Federación:

Estratificación por número de empleados (Diario Oficial de la Federación 30 de marzo de 1999)			
TAMAÑO	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
Pequeña empresa	31 - 100	6 - 20	21 - 50
Mediana empresa	101 - 500	21 - 100	51 - 100

Las temáticas quedan definidas en el siguiente cuadro. Cabe mencionar que el número de los programas que se presentan son trece, pues así lo solicitó la propia estación.

Lista de Invitados para el programa Empresarios Mexicanos.			
	Temática	Nombre de la empresa	Invitados.
1	Agricultura. Producción de Nopal.	Incubadora Hueyetlahuilli Tlacotense; de Milpalta, Distrito Federal.	Sr. Hermilo Flores, Presidente de la agrupación.
2	Artesanías. /Papel reciclado.	EMPAPELARTE S.A. de C.V.	Hermanas Renata y Margarita Vega.
3	Artesanías, Cerámica.	CERÁMICA PADILLA S.A. de C.V.	Juan Padilla, Director de la empresa.
4	Muebles, Fierro forjado.	ARDEC S.A. de C.V.	Brenda Villarreal Brenda, Directora de mercadotecnia.
5	Artesanías, Barro de mina.	ARTE INDIO S.A. de C.V.	Rebeca Sandoval, Directora general.
6	Biancos, Edredones.	EDREDONES ELEGANZA S.A. de C.V.	Carlos Rivera Cuellar, Director general.
7	Accesorios, corbatas de madera.	ARTANI S.A. de C.V.	Arturo Toledo Ambríz, Director de la empresa.
8	Juguetes, patinetas.	CREACIÓN Y DISEÑO, PATINETAS DE MÉXICO S.A. de C.V.	Leny Esteban, Director de la empresa.
9	Instrumentos musicales, Arpas	ARPAS TÍPICAS MEXICANAS S.A. de C.V.	Juan Esteban Gonzáles, Director de la Empresa.
10	Productos de limpieza, Jabones.	ESPUMA DE LUNA S.A. de C. V.	Jacobo Schwrtzman, Director de la Empresa
11	Artesanías, velas	CALEB, ARTE EN LUZ S.A. de C.V.	Mario Landeros, Director de la Empresa.
12	Cosméticos naturales.	BOTANICUS S.A. de C.V.	Giovanni Sierra, Co-director de la Empresa.
13	Artesanías, accesorios para el hogar.	KALAK S.A. de C.V.	Vicente Latapi O., Director de Operaciones.

Los criterios en la selección de las temáticas o invitados se advierten según:

- 1) Contactarlos a través de instituciones u organismos especializados en el tema: Secretaría de Economía, Bancomext, asociaciones de productos o servicios, bancos, entre otros.
- 2) En ferias y encuentros empresariales.
- 3) Así como la disposición de estos para participar en el programa.

C) Música.

La música del programa queda definida de la siguiente manera:

- a) Como música distintiva del programa está contemplada la melodía titulada '*Deberías amarla*', del compositor e interprete Julio Revueltas, que aparece en el disco "*Mi Santa María*", esto es para que los radioescuchas familiaricen una melodía con *Empresarios Mexicanos*.

- b) Para el caso de las cápsulas, la música de fondo será designada en función del tema al que se haga referencia y que ilustre de una manera favorable aquello de lo que se hable. Para esto se requerirá hacer uso de la fonoteca del IMER y de RMI.

3.3. Guión de *Empresarios Mexicanos*.

A continuación se presentan los guiones, basada su realización en los parámetros que se explican con anterioridad en este documento, de los trece primeros programas a solicitud de la emisora Radio México Internacional:

PROGRAMA: Empresarios Mexicanos		Hoja 1
NUMERO DE PROG.:	1	
PRODUCCION:	Entrevista con productores de la Incubadora Hueyetlahuilli Tlacotense	
GUIONISTA:	Verónica Flores	
REQUERIMIENTOS HUMANOS:	Oscar García (productor) Gerardo Sánchez (locutor 1) Bonnie Perette (locutor 2) Alberto Contreras (Locutor 3)	
REQUERIMIENTOS TECNICOS:	Efectos de rompe cortes, disco de Julio Revueltas <i>Mi Santa María</i> , y disco de Nopal Beat para fondear las cápsulas.	
FADE IN	<p>ENTRA IDENTIFICACIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO. ASI COMO DE RADIO MÉXICO INTERNACIONAL.</p> <p><u>MÚSICA:</u> ENTRA CD JULIO REVUELTAS (MÚSICA DISTINTIVA DEL PROGRAMA) TRACK 2, SUBE 10" Y FONDEA MIENTRAS EL LOCUTOR 1 HABLA Y PRESENTA EL PROGRAMA. ANTES DE QUE TERMINE EL LOCUTOR, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE.</p>	<p>ESTE MATERIAL ES REALIZADO POR EL ÁREA DE PRODUCCIÓN DEL IMER Y DE RMI. AJENA A LA PRODUCCIÓN DE EMPRESARIOS MEXICANOS.</p> <p><u>LOCUTOR 3</u> - ¡Que tal!, bienvenidos al tiempo de abrir caminos... Empresarios Mexicanos, es sin duda, el espacio de RMI, dedicado al mundo de las Pymes en México, en donde seguramente encontrará, usted radioescucha, la voz de aquellas empresas que dedican su tiempo en producir para exportar.</p> <p>Y el día de hoy nos acompaña productores y vecinos del pueblo de Santa Ana Tlacotenco, una de las principales zonas productoras de nopal en el país...</p> <p>A través de Radio México Internacional, conoceremos de dónde nace su participación en este sector, cuáles son las alternativas de industrialización y comercialización del nopal y sus derivados: así como la manera en que se formó la sociedad productora y comercializadora Hueyetlahuilli Tlacotense...</p> <p>¡Emprendamos el camino!...</p> <p>Y antes de comenzar a platicar con nuestros invitados, vamos a escuchar una cápsula sobre el tema de esta emisión, que como ya se dieron cuenta, es sobre el nopal...</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 1	Hoja 2
1' 00"	<p>ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULAS.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFFECTO PARA PASAR A LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Los nopales tuneros son originarios de América Tropical, en la actualidad están distribuidos en todo el continente Americano.</p> <p>México es el país que más variedades tiene.</p> <p>La mayoría de las especies crecen en zonas áridas o semiáridas, pero hay otras que se desarrollan en regiones tropicales.</p> <p>Un número importante de especies es comestible, pero de éstas, fueron seleccionadas las propias para la producción de fruta, conocida como tuna; pencas, verdura conocida como nopalitos; forraje para ganado y para el cultivo de la cochinilla, insecto del que se extrae un colorante artificial muy cotizado a nivel mundial.</p> <p>El nopal. "Nopalli" en Náhuatl; es la planta más representativa de la flora mexicana y de las más consumidas. Existen evidencias que fue cultivada desde el año 500 antes de cristo, fue llevada por los conquistadores a Europa, y de ahí se produjo a distintas partes del mundo. Actualmente se cultiva en España, Italia, Sudáfrica, Brasil, Argelia, Marruecos, Túnez, Argentina y Estados Unidos.</p> <p>El nopal fue plasmado en el escudo nacional en 1821, cuando el país ya independiente de la corona Española empezaba a tener vida propia. Tal símbolo nace de la historia de la fundación de Tenochtitlán, que señalaba que los indígenas debían asentarse en el lugar en que se encontraba un águila destrozando a una serpiente. La hallaron posada en un nopal, pues esta planta era abundante y propia de nuestros paisajes.</p> <p>Hoy, en nuestro país esta cactácea nace en forma silvestre, aunque ya existen miles de hectáreas cultivadas en diferentes regiones.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 1	Hoja 3
2' 00"	<p><u>MÚSICA</u> – ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA Y DESAPARECE. ESTE PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00". ANTES DE DAR CORTE A LA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00".</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – Bienvenidos, gracias por permanecer en la señal de Radio México Internacional, si usted nos está escuchando, no deje de enviarnos sus comentarios a los teléfonos 56 28 17 20, o bien escribanos a la siguiente dirección: Apartado Postal 21-400, en México, DF., y si usted no está conforme con estas vías de comunicación, entre al ciber-espacio y envíenos un mail a la dirección eudoramail@rmi.gob.mx Ahora sí, es tiempo de presentar a los invitados de esta ocasión...</p> <p>Gracias por regalarnos un espacio de su agenda para platicar con nosotros... (COMENZAR CON LA ENTREVISTA)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Dónde están ubicados exactamente, y cómo llegar? - ¿Desde hace cuanto se dedican a producir esta energética planta? - ¿Cómo surgió la idea de negocio? - El uso de términos náhuatl en sus productos ¿con qué tiene que ver? - ¿Cuántas personas laboran en la empresa? <p>Es necesario que hagamos una pausa para escuchar la siguiente cápsula, donde usted amigo radioescucha, conocerá los usos más frecuentes del nopal.</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.	Empresarios Mexicanos 1	Hoja 4
6' 00"	<p><u>EFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 2.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL SEGUNDO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> –El nopal en tiempos prehispánicos se le consideraba una deidad, como al maguey. Servía para elaborar alimentos, bebidas, aceite, papel, pegamento, impermeabilizante, amarres, postes y para curar diversas enfermedades.</p> <p>Como alimento el nopal se preparaba tostado en el comal y guisado con calabacitas o con carne de animales silvestres, como venado, armadillo y conejo. Las flores de algunas especies también eran consumidas. Los indígenas del altiplano potosino guisaban los pétalos o los incorporaban con otros ingredientes.</p> <p>Las tunas fueron empleadas como fruta fresca, secada al sol o cocida y machacada. Elaboraban una miel ligera, también llamada “miel de tuna”; una espesa, conocida como melcocha; también mermelada y una pasta llamada en la actualidad “queso de tuna”.</p> <p>El consumo del nopal fue adoptado por los conquistadores, criollos y la población mestiza. De ahí, que varios guisos se conozcan con nombres castellanos, como: “Nopalitos poblanos”, “Navegantes” y “Reales”; así como “Ensalada de nopalitos”. Actualmente, se cultivan para aprovechar su fruto, es decir, la tuna, y sus pencas tiernas llamadas nopalitos, así como planta forrajera que es usada en zonas áridas como suplemento de forraje de emergencia cuando por la sequía escasean otros alimentos.</p> <p>En la franja central del país se consume esta cactácea como alimento para las personas. En la zona norte y sur lo utilizan como forraje.</p> <p>También sirve para delimitar terrenos y recuperar y proteger suelos afectados por la erosión.</p>
1' 00"		

PROGRAMA NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 1	Hoja 5
7' 00"	<p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE SEGUNDO BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE A LA ÚLTIMA CÁPSULA. ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> - (INVITACION PARA PERMANECER EN RMI, RECORDAR TELEFONOS Y DIRECCIONES... CONTINUAR CON LA ENTREVISTA. COMENTAR LA CAPSULA. CONTINUAR LA ENTREVISTA)</p> <p>- ¿Cómo están organizados?</p> <p>(HABLAR DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN, QUIÉN ESTÁ A CARGO DE LA SOCIEDAD YÓLOTL, QUIENES PARTICIPARON EN EL FORO DENOMINADO "ACERCAMIENTO AL MERCADO HISPANO DE ESTADOS UNIDOS Y CANADA")</p> <p>- ¿Cuáles son los productos que ya se encuentran colocados en el mercado, derivados de la industrialización del nopal?</p> <p>(PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BAJO LA MARCA LAS TRES TOÑAS; LOS COSMETICOS, BAJO LA MARCA MITZ-PAC, APÓCOPE DEL TERMINO NAHUATL MITZPACTZIN, QUE QUIERE DECIR "TE VA A GUSTAR")</p> <p>(MANDAR A LA ÚLTIMA CÁPSULA)</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 1	Hoja 6
11' 00"	<p><u>EFFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 3.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFFECTO PARA CONTINUAR CON EL TERCER Y ÚLTIMO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – El nopal destaca como planta medicinal, pues se recomienda para personas que padecen diabetes tipo II.</p> <p>Los artesanos han retomado la imagen de esta planta para decorar sus artesanías. La vemos en objetos de barro, madera, hierro forjado y vidrio.</p> <p>Es la base de jabones, que no reseca la piel, de champú, cremas y gel.</p> <p>Países como Chile, Estados Unidos, y otras naciones europeas tienen interés en esta variedad de productos. En los últimos 10 años se incrementó de forma considerable la superficie cultivada de nopal para producir tunas, es decir 50 mil hectáreas; así como verduras o nopal, que representan 10 mil hectáreas. Esto ha ocasionado problemas para comercializar los frutos y los nopalitos frescos. Resolverlos requiere de apoyo para difundir las bondades de esta planta.</p> <p>Otra llamada de alerta es porque México debe estar preparado contra una palomilla, conocida también como <i>Cactoblastis cactorum</i>, que ataca a esta planta, pues sus larvas se comen la pulpa y dejan a la planta como papel.</p> <p>Este insecto es originario de Argentina, pero fue llevado a otros países para controlar biológicamente al nopal, que se ha convertido en una maleza.</p> <p>La plaga llegó a Florida, Puerto Rico y Cuba. Nuestro país debe estar pendiente de que no entre y si lo hace mitigar su impacto, para que no altere la producción de esta planta fundamental en la alimentación de los mexicanos.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: Empresarios Mexicanos		Hoja 7
NUMERO DE PROG.: 1		
12' 00"	<p>MÚSICA - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE TERCER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 3' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE AL FINAL DEL PROGRAMA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 2' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 3' 00"</p>	
3' 00"		<p><u>LOCUTOR 1 –</u></p> <p>(ANUNCIA QUE SE ENCUENTRAN EN EL ÚLTIMO BLOQUE DEL PROGRAMA... COMENTAR LA CÁPSULA...)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuáles son las oportunidades de negocio que ofrecen a los radioescuchas? - ¿Cuáles son las opciones que ofrecen para poder contactarlos? - ¿A quién van dirigidos estos productos? - ¿Qué mercados o zonas ya tienen como clientela? <p>(AGRADECE LA PRESENCIA DE LOS INVITADOS, DA CRÉDITOS Y DESPIDE EL PROGRAMA.)</p>
15' 00"	<p>ENTRA DISTINTIVO DEL IMER DE FINALIZACIÓN DEL PROGRAMA.</p>	
FADE OUT		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.	Empresarios Mexicanos 2	Hoja 2
1' 00"	<p>ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULAS. MÚSICA: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p>EFECTO: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA PASAR A LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – El papel es la hoja delgada, hecha con cualquier clase de sustancias vegetales molidas...</p> <p>... En México, existen diversas clases de papel y se clasifican de acuerdo a su uso y a los materiales con que es fabricado...</p> <p>... Se utiliza comúnmente en pliegos, hojas y escritos, puesto que permite la conservación de textos que sirven para la transmisión de educación y cultura...</p> <p>... También se utiliza en el arte: moldeado como escultura sirve para hacer objetos fantásticos como los alebrijes, que son seres sacados de la imaginación de su creador.</p> <p>... En México, se encuentra papel de cualquier clase, gracias a la diversidad de árboles y materiales orgánicos del país...</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 2	Hoja 3
2' 00"	<p><u>MÚSICA</u> – ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA Y DESAPARECE. ESTE PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00". ANTES DE DAR CORTE A LA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00".</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – Y ahora sí, es tiempo de presentar a nuestras invitadas del día de hoy, muchas gracias, le doy la bienvenida a Margarita Vega y a Renata Vega...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Que tal ¿Cómo están?, bienvenidas. - ¿Cómo surge la idea de Empapelarte? - ¿Es un negocio familiar? - ¿Dónde están ubicadas? - ¿Cuál es el proceso que sufre el papel, para luego elaborar el producto final? <p>(MANDAR A LA SEGUNDA CÁPSULA, E INVITAR A PERMANECER ESCUCHANDO RMI)</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.	Empresarios Mexicanos 2	Hoja 4
6' 00"	<p><u>EFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 2.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL SEGUNDO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Según la tradición, el primer hombre que fabricó papel en el mundo, fue un chino de nombre Sau Lin, en el año 105...</p> <p>... El material empleado fue la corteza del árbol de mora, y el papel se fabricó en un molde de tiras de bambú...</p> <p>... El papel más antiguo conservado data del año 150, y fue elaborado con trapos, también en China...</p> <p>... El papel llegó a Egipto, alrededor del año 800, pero no se fabricó ahí hasta el año 900...</p> <p>... El empleo de papel fue introducido en Europa por los árabes, y la primera fábrica de papel se estableció en España alrededor del año 1150...</p> <p>... El papel fue moldeado a mano, hasta que en 1798 el inventor francés Nicolás Louis Robert inventó la primera máquina productora de papel.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 2	Hoja 5
7' 00"	<p>MÚSICA - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 ", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE SEGUNDO BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE A LA ÚLTIMA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> –</p> <p>(INVITACION PARA PERMANECER EN RMI, RECORDAR TELEFONOS Y DIRECCIONES... COMENTAR LA CAPSULA. CONTINUAR CON LA ENTREVISTA.)</p> <p>- ¿Qué más nos pueden contar del reciclaje del papel?</p> <p>- ¿En qué momento se utiliza el colorante?</p> <p>- ¿Qué productos realizan?</p> <p>(MANDAR A LA ULTIMA CAPSULA)</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 2	Hoja 6
11' 00"	<p><u>EFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 3.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL TERCER Y ÚLTIMO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – En el México prehispánico, era una tradición escribir las leyendas de los pueblos, las predicciones astrológicas y los cantos de tradición popular en pergaminos hechos en un tipo de papel llamado Amate, este papel se saca de la corteza del árbol que lleva el mismo nombre, al que también se le conoce como Xonote...</p> <p>...Los españoles conocían el papel de diferentes clases, como el de china, el aluminio y el artístico, sin embargo, cuentan sus crónicas que miraron sorprendidos la facilidad con la que los pueblos indígenas plasmaban su cultura en formas propias de escritura forjada en un papel muy sofisticado...</p> <p>...El papel amate todavía es utilizado por algunos indígenas como los otomíes de San Pablito, en Puebla</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 2	Hoja 7
12' 00"	<p>MÚSICA - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE TERCER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 3' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE AL FINAL DEL PROGRAMA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 2' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 3' 00"</p>	<p>LOCUTOR 1 – (ANUNCIA QUE SE ENCUENTRAN EN EL ULTIMO BLOQUE DEL PROGRAMA... COMENTAR LA CAPSULA...)</p> <p>Estamos de regreso en <i>Empresarios Mexicanos</i>, con la presencia de las hermanas Vega, que representan a la empresa <i>Empapelarte</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuál es la función de cada una de ustedes dentro de la empresa? - ¿Dónde están localizados sus puntos de venta? - ¿Qué tan competido está el negocio? - ¿Dónde se puede contactar a <i>Empapelarte</i>? <p>(DESPIDE EL PROGRAMA, AGRADECE A LOS INVITADOS Y DA CRÉDITOS)</p>
3' 00"	<p>ENTRA DISTINTIVO DEL IMER DE FINALIZACIÓN DEL PROGRAMA.</p>	
15' 00"		
FADE OUT		

PROGRAMA: Empresarios Mexicanos		Hoja 1
PROGRAMA:	Empresarios Mexicanos	
NUMERO DE PROG.:	3	
PRODUCCION:	Entrevista con Juan Padilla, propietario de Cerámica Padilla S.A. de C.V.	
GUIONISTA:	Verónica Flores	
REQUERIMIENTOS HUMANOS:	Oscar Garcia (productor) Gerardo Sánchez (locutor 1) Bonnie Perette (locutor 2) Alberto Contreras (locutor 3)	
REQUERIMIENTOS TECNICOS:	Efectos de rompe cortes, disco de Julio Revueltas <i>Mi Santa María</i> , y disco de Nopal Beat para fondear las cápsulas.	
FADE IN	<p>ENTRA IDENTIFICACIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO. ASI COMO DE RADIO MÉXICO INTERNACIONAL.</p> <p><u>MÚSICA:</u> ENTRA CD JULIO REVUELTAS (MÚSICA DISTINTIVA DEL PROGRAMA) TRACK 2, SUBE 10" Y FONDEA MIENTRAS EL LOCUTOR I HABLA Y PRESENTA EL PROGRAMA. ANTES DE QUE TERMINE EL LOCUTOR, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE.</p>	<p>ESTE MATERIAL ES REALIZADO POR EL AREA DE PRODUCCIÓN DEL IMER Y DE RMI, AJENA A LA PRODUCCIÓN DE EMPRESARIOS MEXICANOS.</p> <p><u>LOCUTOR 3</u> - Bienvenidos al tiempo de abrir caminos, donde tendremos la presencia de Cerámica Padilla...</p> <p>...Conoceremos más acerca de la industria alfarera de nuestro país y de las manos que logran crear una gran variedad de productos hechos de cerámica...</p> <p>...Acompáñenos, el día de hoy donde Gerardo Sánchez entrevista a Juan Padilla, fundador de una empresa dedicada a la cerámica tradicional de Tlaquepaque, en el estado de Jalisco.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 3	Hoja 2
1' 00"	<p>ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULAS. MÚSICA: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06. SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p>EFFECTO: DESPUES DEL LOCUTOR, ENTRA EFFECTO PARA PASAR A LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Uno de los muchos secretos que los mexicanos tenemos con la cultura árabe o más precisamente con la cultura arábigo andaluza. es visible en la alfarería que conocemos como Talavera de Puebla...</p> <p>...En esas vasijas de loza vidriada se esconde concentrada la historia de los 8 siglos que los árabes vivieron, en dos terceras partes de lo que ahora es España y Portugal; porque fue en un lugar que ahora conocemos como Talavera de la Reina, cerca de Toledo, donde los alfareros árabes establecieron e implantaron las técnicas y las formas que a través de los siglos hemos heredado...</p> <p>... Lo cierto es que la Talavera de Puebla es una muestra de la diversidad de razas y culturas que conviven en México, ya que en cada vasija, blanca y azul, hecha en los alfares de Puebla, lo árabe, lo español, lo mexicano aparecen sutilmente hechos técnica y dibujo de la materia, herencias nuevas que nos hablan por la vista y el tacto.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.	Empresarios Mexicanos 3	Hoja 3
2' 00"	<p><u>MÚSICA</u> – ENTRA MUSICA DISTINTIVA. SUBE, FONDEA Y DESAPARECE. ESTE PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00". ANTES DE DAR CORTE A LA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00".</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – ¡Qué tal amigos! ¿Cómo están?, bienvenidos una vez mas a este espacio dedicado al mundo empresarial mexicano, donde el día de hoy contamos con la presencia del señor Juan Padilla López que representa la empresa Cerámica Padilla.</p> <p>-Que tal ¿Cómo está?, bienvenido. -¿De dónde es Usted? -Don Juan ¿su empresa, como el nombre lo indica, se dedica a la cerámica? -¿Cuáles son los productos que Usted principalmente produce a través de este material? -¿Cuántos productos tienen en 'stock' para comercializar? - ¿Generan un amplio catálogo de productos?</p> <p>(MANDAR A LA SEGUNDA CÁPSULA, E INVITAR A PERMANECER ESCUCHANDO RMI)</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 3	Hoja 4
6' 00"	<p><u>EFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 2.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL SEGUNDO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – La alfarería es un arte ligado históricamente a ciertos espacios: la cocina, la iglesia y el convento, la fachada de la casa y su interior...</p> <p>...Donde los rituales centenarios, de las manos del artesano, buscando repetir y al mismo tiempo crear las formas, se llevan a cabo cotidianamente...</p> <p>...La cocina es uno de sus ambientes naturales: azulejos en los muros y hasta en los techos y recipientes a punto de ir a la mesa, se unen formando una arquitectura culinaria; donde el espacio interior de la cocina como un gran reflejo de los platillos típicos, ricos en sabor, originalidad y colorido...</p> <p>...La cocina de azulejos y la vajilla de loza blanca vidriada, son como cámaras de ecos donde los platillos reciben también el condimento visual de la cerámica...</p> <p>...La iglesia y el convento son otros espacios naturales de la alfarería, en ellos abundaban los objetos que como los clerillos, se realizaban en los rituales más importantes como el bautizo o en los más banales como lavarse día a día los pies o las manos.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 3	Hoja 6
11' 00"	<p><u>EFFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 3.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFFECTO</u>: DESPUES DEL LOCUTOR, ENTRA EFFECTO PARA CONTINUAR CON EL TERCER Y ÚLTIMO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Todo ceramista a leído o visto fotos de este famoso entierro, en el corazón de lo que ahora es la República Popular de China, donde se encontraron enormes trincheras con más de 8000 figuras de barro cocido y metal...</p> <p>...Todavía no se han desenterrado todas las piezas, quizá sólo la mitad pero ya se conoce la distribución precisa de las trincheras, donde fueron instalados los guerreros, los carros y los caballos...</p> <p>...Se nos dice que no hay una pieza idéntica, porque todas fueron hechas por un ejército de artesanos, los cuerpos fueron hechos parcialmente con moldes y las cabezas, que también son piezas a parte, también se hicieron en un número limitado de modelos...</p> <p>...Un ceramista sabe que hacer un caballo de tamaño natural, aún con los recursos actuales, es una tarea infernal, digamos heroica; podría lanzarse a la proeza de hacer uno, pero hacer docenas es todavía más milagroso: sólo de pensar en los hornos, en la amasada del barro, en la herramientas y en la destreza manual de estos artesanos ¡mueve el asombro!</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 3	Hoja 7
12' 00"	<p>MÚSICA - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE TERCER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 3' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE AL FINAL DEL PROGRAMA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 2' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 3' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1 –</u> (ANUNCIA QUE SE ENCUENTRAN EN EL ULTIMO BLOQUE DEL PROGRAMA... COMENTAR LA CAPSULA...)</p> <p>Estamos de regreso en Empresarios Mexicanos, con la compañía de Juan Padilla que representa la empresa Cerámica Padilla.</p> <p>- ¿Se exporta principalmente a EE.UU.? -¿Han intentado algún intercambio con Europa? -Don Juan, ¿cuéntenos del nivel de calidad con el que cuentan sus productos, a cincuenta años de su fundación? Pues Don Juan, en 'hora buena'. felicidades por los 50 años de su empresa y ¿Dónde lo podemos contactar?. la gente que lo está escuchando, ¿Dónde lo puede contactar? Don Juan Padilla, gracias por haber estado con nosotros; le deseamos éxito y mucha suerte en su empresa. Y a mí amigos radioescuchas, sólo me resta agradecer a Oscar García en la producción de este programa, en la operación técnica a José Vastida y a Ismael Reyes, mi nombre es Gerardo Sánchez y los espero la próxima semana aquí en Empresarios Mexicanos.</p>
3' 00"		
15' 00" FADE OUT	ENTRA DISTINTIVO DEL IMER DE FINALIZACIÓN DEL PROGRAMA.	

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 4	Hoja 2
1' 00"	<p>ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULAS. <u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFEECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA PASAR A LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Desde muy tempranos momentos el hombre utilizó los elementos más disponibles a su alrededor: palos, piedras, pieles, huesos, elementos que podían ser trabajados y manipulados para conseguir de ellos una efectividad...</p> <p>...No es esto lo que ocurre con los metales, el metal en su mayor parte, requiere para ser utilizado de una modificación trabajosa y compleja, de las características en que lo hayamos en estado natural...</p> <p>...En 1836, el danés C. J. Thomsen, expone el sistema de las tres edades para clasificar material prehistórico, propone que los materiales se dividan según provengan de la edad de piedra, de la edad de bronce o de la edad del hierro...</p> <p>...Hoy en día dicha clasificación sigue vigente.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 4	Hoja 3
2' 00"	<p><u>MÚSICA</u> – ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA Y DESAPARECE. ESTE PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00". ANTES DE DAR CORTE A LA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00".</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – Bienvenidos una vez más a este espacio dedicado al mundo empresarial mexicano; donde el día de hoy nos acompaña Brenda Villarreal, que representa al área de mercadotecnia de la empresa Ardec...</p> <p>...Hola Brenda, ¿cómo estás?, bienvenida.</p> <p>-Comenzamos si quieres Brenda, ¿de dónde son ustedes originarios? -¿Dónde producen? -¿A quién se le ocurrió la idea de fundar esta empresa? -¿Hace cuánto?</p> <p>Brenda que te parece si escuchamos una cápsula con relación a este tema y regresamos con más, aquí en Empresarios Mexicanos.</p> <p>(MANDAR A LA SEGUNDA CÁPSULA, E INVITAR A PERMANECER ESCUCHANDO RMI)</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 4	Hoja 4
6' 00"	<p><u>EFEECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 2.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFEECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL SEGUNDO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – El primer metal que se trabajó, sin duda por la facilidad de hacerlo, fue el cobre nativo...</p> <p>... Las primeras evidencias de su trabajo las hallamos en Irán, en tiempos del octavo al séptimo milenio antes de cristo...</p> <p>... El cobre nativo se puede trabajar en frío, por martillado, pero también se puede calentar para aumentar su maleabilidad y disminuir su fragilidad, para esto último, basta una temperatura de 200 a 300 grados centígrados, lo que sin duda no era difícil de conseguir para los hombres de aquella época...</p> <p>... También en la zona volcánica, aparecen evidencias de cobre trabajado en frío, adornos de chapa. En la primera mitad del 5º. Milenio antes de cristo. Otros metales trabajados de manera premetalúrgica son el oro, que es fácil de trabajar con martillado a partir de las pepitas...</p> <p>... El platino y la plata nativa muy escasa en estado natural todos los anteriores asociados a trabajos de orfebrería y también el hierro nativo o el meteórico.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG :	Empresarios Mexicanos 4	Hoja 5
7' 00"	<p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE SEGUNDO BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE A LA ÚLTIMA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> -</p> <p>Estamos de regreso en Empresarios Mexicanos, con Brenda Villarreal de Ardec. Brenda, cuéntanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuál es el proceso de diseño? - ¿Quién los crea? - ¿Cómo es esta tarea y en manos de quien está? - ¿Desde tu punto de vista, qué tan competido es este giro? - ¿Cuántos diseños están contemplados en tu catálogo?- <p>Brenda pues es el momento de hacer una nueva pausa para entrar al último bloque de este espacio, te invito a escucharla y también a ustedes amigos radioescuchas, no dejen de sintonizarnos aquí en RMI.</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 4	Hoja 6
11' 00"	<p><u>EFEECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 3.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NÓPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFEECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL TERCER Y ÚLTIMO BLOQUE DE LA ENTREVISTA.</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Los primeros en entrar a la edad de hierro fueron los Hititas, en el área de Palestina; y sólo fueron necesarios unos siglos para que a continuación lo hiciera todo el mundo antiguo...</p> <p>... Aunque el trabajo en hierro es el más difícil de realizar de entre todos los metales, las posibilidades que ofrece, su mayor eficacia y la dificultad de abastecerse de cobre y estaño, hicieron que el hierro sustituyera a las labores asociadas al cobre de manera bastante rápida...</p> <p>... Antes de la revolución industrial el mejor metal de hierro, era el damasquinado, que se fabricaba mediante varillas de hierro dulce y hierro carburado, soldadas y martilladas conjuntamente...</p> <p>... La edad de hierro comienza a finales del segundo milenio antes de cristo, y el conocimiento del carburado fue decisivo en su expansión...</p> <p>... El conocimiento de la siderurgia se extendió rápidamente por el próximo oriente y Chipre, y en algunos siglos se consolidó en Europa...</p> <p>... El bronce de todos modos se sigue utilizando con fines decorativos</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 4	Hoja 7
<p>12' 00"</p> <p>3' 00"</p> <p>15' 00" FADE OUT</p>	<p>MÚSICA - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE TERCER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 3' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE AL FINAL DEL PROGRAMA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 2' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 3' 00"</p> <p>ENTRA DISTINTIVO DEL IMER DE FINALIZACIÓN DEL PROGRAMA.</p>	<p>LOCUTOR 1 – Estamos de regreso ya en éste último bloque de <i>Empresarios Mexicanos</i>, muchas gracias amigos radioescuchas por permanecer en sintonía con esta emisora y Brenda. continuamos contigo y síguenos platicando sobre Ardec y este interesante trabajo que hacen con el hierro forjado.</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuáles son tus puntos de venta? - ¿Tienen algún estándar de clientes? - En Europa ¿Han intentado comercializar? - ¿En dónde los pueden contactar si algún amigo radioescucha quiere saber de ustedes, ya sea aquí en México o en el exterior del país? - ¿Tienen algún sitio Web donde puedan localizarlos? <p>Pues ya saben amigos radioescuchas, si están interesados en adquirir alguno de estos productos pues se van a dar una vuelta allá por Monterrey, se comen un cabrito al norte, y ahí encuentran Ardec. Pues bien, esto a llegado a su fin, muchas gracias por sintonizarnos, agradezco como siempre la producción de este espacio a Oscar García, mi nombre es Gerardo Sánchez, muchas gracias y los espero la próxima semana aquí en <i>Empresarios Mexicanos</i>.</p>

PROGRAMA: Empresarios Mexicanos		Hoja 1
NUMERO DE PROG.:	5	
PRODUCCION:	Entrevista con Rebeca Sandoval, representante de la empresa Arte Indio S.A. de C.V.	
GUIONISTA:	Verónica Flores	
REQUERIMIENTOS HUMANOS:	Oscar García (productor) Gerardo Sánchez (locutor 1) Bonnie Perette (locutor 2) Alberto Contreras (Locutor 3)	
REQUERIMIENTOS TECNICOS:	Efectos de rompe cortes, disco de Julio Revueltas <i>Mi Santa María</i> , y disco de Nopal Beat para fondear las cápsulas.	
FADE IN	<p>ENTRA IDENTIFICACION DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO. ASI COMO DE RADIO MÉXICO INTERNACIONAL.</p> <p><u>MÚSICA:</u> ENTRA CD JULIO REVUELTAS (MÚSICA DISTINTIVA DEL PROGRAMA) TRACK 2, SUBE 10" Y FONDEA MIENTRAS EL LOCUTOR 1 HABLA Y PRESENTA EL PROGRAMA. ANTES DE QUE TERMINE EL LOCUTOR, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE.</p>	<p>ESTE MATERIAL ES REALIZADO POR EL AREA DE PRODUCCION DEL IMER Y DE RMI, AJENA A LA PRODUCCION DE EMPRESARIOS MEXICANOS.</p> <p><u>LOCUTOR 3</u> - El día de hoy nos acompaña la empresa Arte Indio, dedicada al trabajo artesanal en barro de mina, una antigua tradición prehispánica que cobra actualidad con la fabricación de objetos utilitarios y decorativos...</p> <p>...Conoceremos cuáles fueron las motivaciones para impulsar esta clase de negocio singular, que rescata uno de nuestros principales valores culturales, la artesanía como expresión de nuestra entidad...</p> <p>...Los invitamos a escuchar la plática de Gerardo Sánchez con Rebeca Sandoval en <i>Empresarios Mexicanos</i>.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 5	Hoja 2
1' 00"	<p>ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULAS. MUSICA: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2. EFECTO: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA PASAR A LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – El Barro de Mina es originario de San Luis Potosí y actualmente se produce como lo hacían los antiguos alfareros en épocas prehispánicas...</p> <p>... En dichos tiempos el barro se cocía para fabricar instrumentos de cocina como ollas, tazas, cazuelas y diversos objetos utilitarios, que después de la llegada de los españoles parecía haberse perdido en la población mestiza...</p> <p>... El barro conocido, en contraste con el henequén, hacen de las piezas hechas con barro de mina, una combinación armónica de arte y diseño...</p> <p>... Algunos de los productos que se producen con este tipo de barro son las tradicionales ollas que pueden ser de boca chica, piloncillos o las llamadas jarras; además existen los tapices, que son una especie de repisas, sobre las cuales se pueden colgar posillos, botellas o adornos...</p> <p>... En la actualidad también se producen otros productos que no eran originalmente utilizados por los indígenas como juegos de mesa o artículos decorativos.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 5	Hoja 3
2' 00"	<p><u>MÚSICA</u> – ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA Y DESAPARECE. ESTE PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00". ANTES DE DAR CORTE A LA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00".</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – - Qué tal, bienvenidos. ¿cómo están? Nuevamente en este espacio dedicado al mundo empresarial mexicano... En esta ocasión, Arte Indio es quien nos acompaña a través de su representante Rebeca Sandoval.</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Dónde se encuentran localizados en la República Mexicana? - ¿Ustedes trabajan el barro de mina? - ¿Esto se mezcla con los otros ornamentos elaborados a base de barro de mina? - ¿Cuánto tiempo tiene de formada esta empresa? - ¿Cuántas personas son las que están involucradas en la empresa y/o es un negocio familiar? - ¿Existe un proceso especial para tratar el barro de mina? - ¿Está en extinción esta materia prima? - ¿Dónde están ubicadas las minas de donde extraen la materia prima? <p>(MANDAR A LA SEGUNDA CÁPSULA)</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 5	Hoja 4
6' 00"	<p><u>EFEECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 2.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFEECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL SEGUNDO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Existen diferentes tipos de barro, como el famoso barro negro de Oaxaca, específicamente en el municipio de San Bartolo Coyotepec...</p> <p>... Datos históricos revelan que antiguamente fue una aldea de Montalbán, llamada entonces Apeche, que quiere decir lugar de jaguares y cuyos habitantes se caracterizaban por construir un importante grupo de alfareros...</p> <p>... Con la llegada de los españoles en América, se prohíbe la fabricación de ídolos y se fomenta la elaboración de piezas utilitarias...</p> <p>... El pueblo sufrió cambios por esta mezcla de culturas, como resultado de diferentes tradiciones y fiestas pagano-religiosas, como las Calendas y Mayordomías...</p> <p>... Durante esta época San Bartolo Coyotepec, alcanzó importantes volúmenes de producción de cántaros de todo tipo, llamados los Abegadal o Rústicos, que se comercializaban en el Estado de Oaxaca...</p> <p>... Es a partir de los años treinta cuando la fabricación de cántaros se convierte en una actividad turística, que lo distingue desde entonces como el principal productor de cántaros en barro negro de la entidad.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 5	Hoja 5
<p>7' 00"</p> <p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 ", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE SEGUNDO BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE A LA ÚLTIMA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00"</p> <p>4' 00"</p>		<p><u>LOCUTOR 1</u> – (INVITACION PARA PERMANECER EN RMI, RECORDAR TELEFONOS Y DIRECCIONES... CONTINUAR CON LA ENTREVISTA. COMENTAR LA CÁPSULA, CONTINUAR LA ENTREVISTA)</p> <p>- ¿Rebeca, hablemos sobre la posible desaparición del barro de mina, a consecuencia de su falta de uso? - ¿Que puntos de venta ya tiene consolidados? - ¿Por qué el nombre de 'Arte Indio'?</p> <p>(MANDAR A LA ÚLTIMA CÁPSULA)</p>

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 5		Hoja 6
11' 00"	<p><u>EFFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 3.</p> <p><u>MUSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFFECTO PARA CONTINUAR CON EL TERCER Y ÚLTIMO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – El barro de mejor calidad se localiza en los barrancos, y para una óptima búsqueda, esta debe efectuarse a primera hora porque se obtiene el material con mayor humedad, en costales que alcanzan un peso de 80kg., y el traslado en animales de tiro...</p> <p>... Luego viene el secado y el apaleo con un varejón de pirúl; en seguida está el cribado, para obtener un polvo fino que luego se extiende en un piso de ladrillo, de manera uniforme, para agregarle el colambre, mezcla de barro negro y agua, así el barro rojo y el colambre permiten el modelado de cada pieza de loza...</p> <p>... Luego, el barro se bate a mano hasta alcanzar el punto deseado de consistencia antes de cubrirse con bolsas de plástico grueso para que sude, mientras transcurre parte de la tarde y la noche, y empezar a moldearlo al día siguiente...</p> <p>... Con un trozo de lámina afilada se corta un rectángulo se le agrega el cajete para así moldear el gollete o cuello de la pieza, ya sea de olla, maceta o macetón.</p>	
1' 00"			

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 5	Hoja 7
12' 00"	<p>MÚSICA - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 ", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE TERCER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 3' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE AL FINAL DEL PROGRAMA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 2' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 3' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – Estamos de regreso en este último bloque de este espacio, y Rebeca Sandoval, que representa Arte Indio, ¿cuéntanos de quien fue la idea de trabajar este tipo de material como el barro, nos comentabas al inicio que es la familia la que se dedica, pero, en si, ¿a quien se le ocurrió la idea de hacer esto?</p> <p>- ¿Tú crees que representa una buena opción invertir este tipo de negocios?</p> <p>- Rebeca ¿Dónde te pueden localizar?</p> <p>Esto a sido todo por el día de hoy , muchas gracias a Rebeca Sandoval , éxito en lo que se propongan a realizar con Arte Indio y a mi solo me resta agradecerles amigos radioescuchas por su atención y mi nombre es Gerardo Sánchez y los espero la próxima semana con mas de empresarios Mexicanos.</p>
3' 00"	<p>ENTRA DISTINTIVO DEL IMER DE FINALIZACIÓN DEL PROGRAMA.</p>	
15' 00"		
FADE OUT		

<p>PROGRAMA: Empresarios Mexicanos Hoja 1</p> <p>NUMERO DE PROG: 6</p> <p>PRODUCCION: Entrevista con Carlos Rivera Cuellar, representante de la empresa Edredones Elegansa S.A. de C.V.</p> <p>GUIONISTA: Verónica Flores</p> <p>REQUERIMIENTOS HUMANOS: Oscar García (productor) Gerardo Sánchez (locutor 1) Bonnie Perette (locutor 2) Alberto Contreras (Locutor 3)</p> <p>REQUERIMIENTOS TECNICOS: Efectos de rompe cortes, disco de Julio Revueltas <i>Mi Santa María</i>, y disco de Nopal Beat para fondear las cápsulas.</p>		
<p>FADE IN</p> <p>1' 00"</p>	<p>ENTRA IDENTIFICACIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO. ASI COMO DE RADIO MÉXICO INTERNACIONAL.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD JULIO REVUELTAS (MÚSICA DISTINTIVA DEL PROGRAMA) TRACK 2, SUBE 10" Y FONDEA MIENTRAS EL LOCUTOR 1 HABLA Y PRESENTA EL PROGRAMA, ANTES DE QUE TERMINE EL LOCUTOR, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE.</p>	<p>ESTE MATERIAL ES REALIZADO POR EL AREA DE PRODUCCIÓN DEL IMER Y DE RMI, AJENA A LA PRODUCCIÓN DE EMPRESARIOS MEXICANOS.</p> <p><u>LOCUTOR 3 -</u></p> <p>... Llega el momento de abrir caminos con la presencia de Edredones Elegansa, una empresa dedicada a los accesorios de cama...</p> <p>... La creatividad y el empeño, son las características primordiales de esta compañía que busca otras opciones de mercado...</p> <p>... Conoceremos la historia y planes a futuro de esta organización, aquí en Empresarios Mexicanos.</p>

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 6	Hoja 2
1' 00"	<p>ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULAS. <u>MÚSICA:</u> ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2. <u>EFEECTO:</u> DESPUES DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA PASAR A LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – En Persia, Egipto y Babilonia, ya se usaban las camas, entre los siglos XVI Y XI antes de cristo...</p> <p>... La cama egipcia tenia un rebuscado pié decorado con tallas, dorados e incrustaciones; no poseía cabecera, excepto una pulla...</p> <p>... Después del siglo VII, antes de cristo, los armazones y canapés griegos eran a veces tallados en marfil o con patas de oro o de plata macizos, las estructuras comenzaron a realizarse entre tiras de cuero, entrelazadas para ser las más cómodas...</p> <p>... A finales del siglo primero, después de cristo, se extendieron a otras partes de Europa versiones sencillas de camas y canapés, pero de todas maneras la cama era un lujo de las clases sociales más altas...</p> <p>... La cama actualmente está formada por un armazón y una estructura que puede tener cabecera o no y sobre su armazón se coloca el colchón, muelle y cómodo.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 6	Hoja 3
2' 00"	<p>MÚSICA – ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA Y DESAPARECE. ESTE PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00". ANTES DE DAR CORTE A LA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00".</p>	<p>LOCUTOR 1 – ¡Qué tal! ¿cómo están?, bienvenidos una vez más a este espacio que como ustedes ya saben, está dedicado, única y exclusivamente, para hablar de los Empresarios Mexicanos, que el día de hoy nos acompaña precisamente uno de ellos, Carlos Rivera Cuellar, y él representa a su empresa que se llama Edredones Elegansa...</p> <p>- ¿Qué tal Carlos, cómo está? - Bienvenido, gracias por aceptar esta invitación y cuéntenos ¿Dónde están ubicados ustedes? -¿De quién surgió la idea de este negocio y hace cuánto? -¿Cuántas personas forman el equipo de trabajo de Elegansa? -¿Ustedes diseñan el tipo de estampado?</p> <p>(ENVIAR A LA SEGUNDA CÁPSULA)</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 6	Hoja 4
6' 00"	<p><u>EFEECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 2.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFEECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL SEGUNDO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – En las mansiones y castillos del siglo XII había camas, pero los dormitorios fueron apareciendo como tales hacia el siglo XVIII y siempre en palacios lujosos de los nobles...</p> <p>... Para lograr una habitación dentro de otra, protegida de insectos y corrientes de aire se implementaron los doseles con pesadas cortinas laterales, y de acuerdo a la ornamentación, la riqueza del bordado y las piedras preciosas de estos cortinados, indicaban la posición social de los dueños...</p> <p>... Hacia el siglo XV entre la realeza, las camas alcanzaron proporciones enormes, más adelante fueron haciéndose de telas mas livianas y con mayor sencillez...</p> <p>... En el siglo XVIII se utilizaron distintos tipos de maderas para la fabricación de camas para los nobles: nogal, caoba, roble, finamente detalladas; los franceses introdujeron hacia finales de este mismo siglo los armazones de hierro, las camas se comenzaron a hacer en serie y se fueron popularizando...</p> <p>... Hacia 1930 el diván, es decir la cama actual sin doseles y cortinajes se fabricó en series y en distintos materiales y modelos, imperando la comodidad, sencillez y sobriedad de los diseños.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 6	Hoja 5
<p>7' 00"</p> <p>MÚSICA - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE SEGUNDO BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE A LA ÚLTIMA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00"</p> <p>4' 00"</p>		<p>LOCUTOR 1 – (INVITACION PARA PERMANECER EN RMI, RECORDAR TELEFONOS Y DIRECCIONES... CONTINUAR CON LA ENTREVISTA. COMENTAR LA CAPSULA, CONTINUAR LA ENTREVISTA)</p> <p>Estamos de regreso con Carlos Rivero Cuellar que representa la empresa Edredones Elleganza.</p> <p>- Carlos, ¿tienen distribución en España de tus productos?</p> <p>- ¿A cuánto ascienden el número de modelos?</p> <p>... Es momento de hacer una pausa y regresamos con más, vamos a escuchar una cápsula precisamente Carlos que hace un contexto a lo que estamos platicando esto de la fabricación de edredones o ropa para cama como tu lo llamas.</p> <p>(MANDAR A LA ULTIMA CAPSULA)</p>

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 6	Hoja 6
11' 00"	<p><u>EFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 3.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL TERCER Y ÚLTIMO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – En la Europa de la era moderna los bebés solían dormir en camitas o carros con tres ruedas que se colocaban debajo de la cama con doseles...</p> <p>... En ciertas culturas y con otras realidades climáticas, se fueron usando literas, petates, hamacas, que en algunos países centroamericanos se les reconoce con el nombre de chinchorros, mientras que otros usaron un colchón apoyado en el piso o sobre una simple plataforma de madera...</p> <p>... Otra de las variaciones para este mueble para dormir y descansar es el catre tijera y catre de cuero...</p> <p>... En el siglo XIX el amueblamiento se actualiza con inventos como la primera cama levadiza en la pared, en la exposición de Filadelfia 1876, se ve presentando una cama plegadiza; a partir de ahí comienza la fabricación de muebles en serie y son patentados varios inventos curiosos en este ramo.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 6	Hoja 7
12' 00"	<p>MÚSICA - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 “, Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE TERCER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 3' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE AL FINAL DEL PROGRAMA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 2' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 3' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> –</p> <p>Estamos de regreso, ya en la recta final de este espacio, con Carlos Rivera Cuellar, a quien le agradecemos nuevamente su presencia, y antes de que termine el programa, cuéntanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué tan difícil es colocarse dentro de la industria textil? - ¿Qué estrategias tomas para llevar adelante a Edredones Elleganza? <p>¿Dónde te pueden contactar?-</p> <p>(AGRADECE LA PRESENCIA DE LOS INVITADOS, DA CREDITOS Y DESPIDE EL PROGRAMA.)</p>
3' 00"	<p>ENTRA DISTINTIVO DEL IMER DE FINALIZACIÓN DEL PROGRAMA.</p>	
15' 00"		
FADE OUT		

PROGRAMA: Empresarios Mexicanos		Hoja 1
NUMERO DE PROG.:	7	
PRODUCCION:	Entrevista con Arturo Toledo, director de la empresa Artani S.A. de C.V.	
GUIONISTA:	Verónica Flores	
REQUERIMIENTOS HUMANOS:	Oscar García (productor) Gerardo Sánchez (locutor 1) Bonnie Perette (locutor 2) Alberto Contreras (locutor 3)	
REQUERIMIENTOS TECNICOS:	Efectos de rompe cortes, disco de Julio Revueltas <i>Mi Santa María</i> , y disco Nopal Beat para fondear las cápsulas	
FADE IN	<p>ENTRA IDENTIFICACIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO. ASI COMO DE RADIO MÉXICO INTERNACIONAL.</p> <p><u>MÚSICA:</u> ENTRA CD JULIO REVUELTAS (MÚSICA DISTINTIVA DEL PROGRAMA) TRACK 2, SUBE 10" Y FONDEA MIENTRAS EL LOCUTOR 1 HABLA Y PRESENTA EL PROGRAMA, ANTES DE QUE TERMINE EL LOCUTOR, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE.</p>	<p>ESTE MATERIAL ES REALIZADO POR EL AREA DE PRODUCCIÓN DEL IMER Y DE RMI. AJENA A LA PRODUCCIÓN DE EMPRESARIOS MEXICANOS.</p> <p><u>LOCUTOR 3</u> - ¡Qué tal!, bienvenidos al tiempo de abrir caminos...</p> <p>Este es el espacio, de RMI, dedicado al mundo empresarial mexicano, en donde seguramente encontrará, usted radioescucha, la voz de las empresas que dedican su tiempo en producir para exportar...</p> <p>... Y el día de hoy, nos acompaña Artani, una empresa que fabrica un accesorio de vestimenta, ocupado principalmente por el género masculino desde hace mucho tiempo...</p> <p>... Donde se mezcla la creatividad de darle nuevos usos a la madera, con talento artístico...</p> <p>... Conoceremos de dónde nace esta creativa compañía y quiénes son los que están detrás de ella...</p> <p>... Emprendamos el camino...</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 7	Hoja 2
1' 00"	<p>ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULAS. MÚSICA: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA PASAR A LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – ¿Sabía usted que la corbata es originaria de Croacia?...</p> <p>... En su libro, "La Gran Historia de la corbata", Fransúa Charlete, nos habla sobre la importancia de este símbolo de la moda...</p> <p>... Alrededor del año 1635, unos 6000 soldados y caballeros llegaron a París para dar su apoyo a Luis XIII y a Richelieu, entre ellos había un gran número de soldados croatas, permanecieron al servicio del rey francés...</p> <p>... El equipo tradicional de esos croatas despertó interés, debido a los echarpes o listones pintorescos sacados alrededor de sus cuellos de una manera muy específica...</p> <p>... Los echarpes se hacían de varias telas y variaban desde tela tosca que fue usada por los soldados comunes, hasta algodón y seda para los funcionarios...</p> <p>... La innovación croata de moda fue pronto utilizada bajo la expresión "Cravaté", en francés, esta palabra de la moda fue introducida en Inglaterra por Charles II, después de su retorno del exilio y 10 años, después esta novedad conquistó Europa y también la mayoría de las colonias en el continente americano.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 7	Hoja 3
2' 00"	<p><u>MÚSICA</u> – ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA Y DESAPARECE. ESTE PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00". ANTES DE DAR CORTE A LA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30". FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00".</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – Y en esta ocasión nos acompaña Arturo Toledo Ambris, el hace un trabajo de corbatas de madera, ¿cómo estás Arturo?, bienvenido.</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo surge la idea de hacer este trabajo? - ¿Eres originario del DF? - ¿Tienes alguna formación académica? - Noto en este trabajo, que usted realiza, que hay creatividad, ¿veo que utiliza una técnica que es el pirograbado? - ¿Cuántas personas están involucradas en esta empresa? <p>Arturo y amigos radioescuchas los invito a escuchar una cápsula acerca de este objeto, este accesorio de vestimenta y regresamos con más, aquí en Empresarios Mexicanos.</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 7	Hoja 4
6' 00"	<p><u>EFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 2.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL SEGUNDO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Más de 600 millones de personas alrededor del mundo utilizan diariamente una corbata, el invento croata para la moda universal...</p> <p>... Croacia es el país madre de esta prenda, como Francia es el país madre de la moda prestigiosa, Brasil del café, Suiza del queso y relojes...</p> <p>... Para todos aquellos que están buscando la auténtica corbata croata, todos los caminos llevan hasta Cred, es la importante ciudad de Croacia...</p> <p>... La compañía prestigiosa "Crabata-Croata" sigue la antigua tradición de fabricar este artículo de ropa que se ha transmitido de generación en generación, y es en el sentido cultural la señal que identifica a una nación...</p> <p>... Las corbatas croatas, sólo se hacen de seda italiana de la máxima calidad en varios motivos, todos ellos son hechos a mano y son distinguidos por sus variados detalles de fabricación.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 7	Hoja 5
7' 00"	<p>MÚSICA - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE SEGUNDO BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE A LA ÚLTIMA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – Arturo, estábamos comentando que es una empresa que no requiere mucho personal pero si mucha creatividad...</p> <p>-Brevemente, ¿cuál es el proceso de producción de la corbata?</p> <p>- ¿Cuáles son los materiales con los que tu trabajas?</p> <p>- Producto novedoso, bastante innovador ¿eso representa algunos riesgos para la venta o para el consumo?</p> <p>- ¿En dónde tienes posicionado ahora tu producto?</p> <p>Te invito Arturo y a nuestros amigos radioescuchas a hacer una pausa, a escuchar nuevamente una cápsula y regresamos a Empresarios Mexicanos.</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 7	Hoja 6
11' 00"	<p><u>EFFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 3.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFFECTO PARA CONTINUAR CON EL TERCER Y ÚLTIMO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – La corbata de lacito, moñito o pajarita es utilizada generalmente para ocasiones festivas y muy formales, y como hecho interesante es también identificativo de la profesión de mesero o de camarero...</p> <p>... Para muchos la corbata de lacito está pasada de moda, sin embargo esto no es cierto, muchos son los hombres a quienes les gusta distinguirse por el uso diario de la pajarita, ellos poseen su propia opinión al respecto de la moda y de su propia elegancia...</p> <p>... Muchas de estas corbatas ya son confeccionadas con lazo liso, sin embargo se conoce que parte del encanto es realizar ellos mismos el enlazado, también existen otros nudos como el inglés, de dos vueltas; y el español, que es el más común en la actualidad...</p> <p>... La tela de una buena corbata, no debe ser jamás muy fina y endeble, ya que causaría que el nudo resultara delgado y sin cuerpo, por eso a las corbatas de seda es importante después de realizar el nudo, abombarlo un poco con los dedos...</p> <p>... Al escoger una corbata recuerde tomar en cuenta la calidad de la tela, el diseño y el tamaño ya que existe un dicho que reza: éste hombre es como la corbata que lleva.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 7	Hoja 7
<p>12' 00"</p> <p>3' 00"</p> <p>15' 00" FADE OUT</p>	<p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE TERCER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 3' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE AL FINAL DEL PROGRAMA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 2' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 3' 00"</p> <p>ENTRA DISTINTIVO DEL IMER DE FINALIZACIÓN DEL PROGRAMA.</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – Estamos compartiendo con Artani, una empresa dirigida por Arturo Toledo:</p> <p>- ¿Es un buen negocio?, es decir, ¿permite el sostén familiar. te permite cubrir tus gastos?</p> <p>-¿Qué tan importante representa la oportunidad de un crédito. en estos momentos para Artani?</p> <p>-¿Cómo te pueden contactar Arturo Toledo?</p> <p>-Arturo, ¿cuáles son las recomendaciones de uso de este producto?</p> <p>Gracias por tu asistencia y... a continuar con la creatividad elaborando corbatas de madera.</p> <p>Y amigos radioescuchas, yo me despido con el gusto de siempre, los espero la próxima semana y agradezco como siempre a Oscar García en por la producción de este espacio, mi nombre es Gerardo Sánchez y los espero la próxima semana con Empresarios Mexicanos.</p>

<p>PROGRAMA: Empresarios Mexicanos Hoja 1</p> <p>NUMERO DE PROG.: 8</p> <p>PRODUCCION: Entrevista con Leny Esteban, director de Creación y diseño, Patinetas de México S.A. de C.V.</p> <p>GUIONISTA: Verónica Flores</p> <p>REQUERIMIENTOS HUMANOS: Oscar García (productor) Gerardo Sánchez (locutor 1) Bonnie Perette (locutor 2) Alberto Contreras (Locutor 3)</p> <p>REQUERIMIENTOS TECNICOS: Efectos de rompe cortes, disco de Julio Revueltas <i>Mi Santa María</i>, y disco de Nopal Beat para fondear las cápsulas.</p>	
<p>FADE IN</p> <p>1' 00"</p>	<p>ENTRA IDENTIFICACIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO. ASI COMO DE RADIO MÉXICO INTERNACIONAL.</p> <p><u>MUSICA</u>: ENTRA CD JULIO REVUELTAS (MÚSICA DISTINTIVA DEL PROGRAMA) TRACK 2, SUBE 10" Y FONDEA MIENTRAS EL LOCUTOR 1 HABLA Y PRESENTA EL PROGRAMA, ANTES DE QUE TERMINE EL LOCUTOR, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE.</p> <p><u>LOCUTOR 3</u> - Y el día de hoy nos acompaña un emprendedor mexicano, Leni Esteban de León, quien representa a la empresa Patinetas de México...</p> <p>... Nos dará a conocer su producto, el cual consiste en la fabricación de un juguete que muchos han usado, se trata de las patinetas...</p> <p>... Conoceremos de dónde nace su participación en este sector y la manera en que se logra comercializar este divertido juguete.</p> <p>Comenzamos...</p>

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 8	Hoja 2
1' 00"	<p>ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULAS. <u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2. <u>EFFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFFECTO PARA PASAR A LA ENTREVISTA.</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – La tabla es la parte principal de toda patineta, esta fabricada de 6 a 9 capas de madera de maple y de ahí depende su resistencia...</p> <p>... Los valeros se miden por avex del 1 al 7, de menor a mayor velocidad, son industriales y de aluminio...</p> <p>... El trock, es el eje que sujeta a las llantas con la tabla, éste, es echo de aluminio puro, el cual es difícil de romper...</p> <p>... Las llantas son de tipo suaves y duras, de ahí, depende su desplazamiento en el concreto o pavimento...</p> <p>... La celda o block, que es la parte que va entre el trock y la tabla, determina la altura del eje para poder hacer trucos en riel o en banquetas...</p> <p>... Finalmente, se usa una lija que debe tener el grosor y aspereza para sujetarse al tenis, además de tornillos especiales para ensamblar toda la estructura.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 8	Hoja 3
2' 00"	<p><u>MÚSICA</u> – ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA Y DESAPARECE. ESTE PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00". ANTES DE DAR CORTE A LA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00".</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – Bienvenidos una vez más a Empresarios Mexicanos, los saludo con el agrado de siempre; y con la intención de que encuentren aquí la posibilidad de adquirir algún producto mexicano, si es que se nos escuchan dentro o en el exterior de la República... y por qué no, la posibilidad de despertar en usted, amigo radioescucha, la intención de comenzar algún tipo de negocio...</p> <p>Leni Esteban León, representa a la empresa "Creación y Diseño, Patinetas México"</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo estas? - ¿A qué te dedicabas? - ¿Qué fue lo que te motivó ir a EE.UU. a trabajar? - ¿Ahora regresas con una empresa? - ¿En aquella empresa de EE.UU., trajiste el "Know How?" - ¿Cuántas personas integran la compañía? <p>Que te parece si regresando, platicamos un poco más sobre el trabajo de distribución de tus materiales...</p> <p>Escuchamos una cápsula que nos preparó el equipo de producción, precisamente sobre todo este negocio de las patinetas.</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 8	Hoja 4
6' 00"	<p><u>EFEECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 2.</p> <p><u>MUSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFEECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL SEGUNDO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – El deporte del Skate bording surge del surf, y es en los últimos 25 años cuando toma mucho auge...</p> <p>... En el principio los chicos se deslizaban en la calle y piscinas abandonadas, así es como se empiezan a construir parques especiales para patinetas con hoyos, específicamente para sumergirse con la patineta dentro de ellos, mas tarde se construyen los lugares cerrados para que nada los afecte y se pueda practicar durante todo el año...</p> <p>... Este deporte es muy popular entre niños y adolescentes, talvez porque tiene mucha movilidad y por su dinamismo...</p> <p>... Es para los que gustan sentir el vértigo y dominarlo, para los que disfrutan de la velocidad al natural, de inclinadas pendientes, y de hacer acrobacia en el aire, ayuda a no temerle a las caídas porque seguro al principio habrá varias...</p> <p>... También para los que gustan de emociones fuertes, combinadas con actividades deportivas extremas que tengan una seguridad aceptable.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 8		Hoja 5
7' 00"	<p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 "", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE SEGUNDO BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE A LA ÚLTIMA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR</u> 1 - Estamos aquí desde RMI, transmitiendo y Leni...</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Dónde compras tu materia prima? - ¿Cuántos tipos de patinetas fabricas?- - ¿El tipo de madera. es lo que hace la diferencia entre tabla y tabla? - ¿Cuáles son los elementos básicos que conforman a la patineta? <p>Leni, permíteme hacer una pausa vamos a escuchar una cápsula de este tema. que son las patinetas.</p> <p>(MANDAR A LA ULTIMA CAPSULA)</p>	
4' 00"			

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 8	Hoja 6
11' 00"	<p><u>EFEECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 3.</p> <p><u>MUSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFEECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL TERCER Y ÚLTIMO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Calles, banquetas, estacionamientos y parques, son los espacios que los llamados ‘skates’, usan para practicar las suertes en patineta, no importa el lugar mientras existan rampas, banquetas, pasamanos, bajadas pronunciadas...</p> <p>... Los ‘skates’, o patinadores, seguirán impulsando sus tablas para realizar peripecias en las calles, su más grande reto...</p> <p>... Las reglas del patinaje callejero son sencillas: no caer, evitar lastimarse, levantarse de cada caída, tener pasión por la adrenalina y espíritu aventurero; además, de la cordialidad con el resto de patinadores y mejorar lo que una vez se ha logrado...</p> <p>... Según la misma corriente de los ‘skates’, en la calle no se lleva protección alguna, ni casco ni coderas, ya que tiene que ser más aventurero, mientras que en los circuitos preparados es obligatorio la utilización de protección.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 8	Hoja 7
12' 00"	<p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 ", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE TERCER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 3' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE AL FINAL DEL PROGRAMA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 2' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 3' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – (ANUNCIA QUE SE ENCUENTRAN EN EL ULTIMO BLOQUE DEL PROGRAMA... COMENTAR LA CAPSULA...)</p> <p>- ¿La resina qué tan importante es para la realización de las patinetas?</p> <p>- ¿Dónde tienes el producto colocado actualmente?</p> <p>- ¿Y dónde pueden contactarte?</p> <p>Bueno Leni pues muchas gracias, te deseamos éxito, esperamos ver la próxima distribución de tu producto...</p> <p>Gracias por venir a compartir tu experiencia como empresario mexicano.</p> <p>(AGRADECE AL PUBLICO Y DA CREDITOS)</p>
3' 00"	<p>ENTRA DISTINTIVO DEL IMER DE FINALIZACIÓN DEL PROGRAMA.</p>	
15' 00"		
FADE OUT		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 9	Hoja 2
1' 00"	<p>ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULAS.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFFECTO PARA PASAR A LA ENTREVISTA.</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Las arpas de arco, las más antiguas fueron conocidas en Sumeria y Egipto entre los años 3000 y 2000 antes de cristo, aproximadamente, las arpas angulares aparecieron algo después...</p> <p>... Las primeras se encuentran hoy en Birmania, son las de África, algunas de Siberia y en territorios aislados de Afganistán...</p> <p>... Las angulares fueron importantes en la música medieval árabe-persa. se utilizaron hasta finales del siglo XIX en este último país...</p> <p>... Las arpas de marco casi exclusivamente europeas, aparecieron en el siglo IX y se desarrollaron en 2 versiones, una utilizada en Irlanda y Escocia, y otra en la Europa continental...</p> <p>... Las arpas medievales en otros lugares de Europa, fueron más ligeras y pequeñas con unas, 7 a 25 cuerdas aparentemente de metal y una tabla más estrecha y plana...</p> <p>... Esta arpa gótica es el antecedente de las arpas folclóricas de Ibero América y de las arpas irlandesas moderna y de orquesta.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 9	Hoja 3
2' 00"	<p><u>MÚSICA</u> – ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA Y DESAPARECE. ESTE PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00". ANTES DE DAR CORTE A LA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00".</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – Pues una vez más hacemos contacto: Empresarios Mexicanos y usted radioescucha, a través de la señal de RMI, con el gusto de siempre agradecemos su atención y lo invitamos a que se quede los próximos 15 minutos para conocer la voz de un empresario, que en esta ocasión es una mezcla de negocio con música. Y para saber exactamente de que se trata le damos la más cordial bienvenida y agradecimiento a Juan Esteban González.</p> <p>- ¿Por qué, además de ejecutar el arpa, la fabrica? - ¿De dónde es originario? - ¿De dónde le salió a usted el gusto por la música? - ¿El costo de las arpas, a cuánto asciende?</p> <p>Es necesario que hagamos una pausa para escuchar una cápsula precisamente que hace un contexto para este producto: las arpas.</p> <p>... Continuamos.</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 9	Hoja 4
6' 00"	<p><u>EFEECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 2.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFEECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL SEGUNDO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Las arpas cuentan con tres modelos básicos: arpa arqueada en la que el cuello y la tabla tienen la forma de arco, arpa angular que forman un ángulo recto y el arpa de marco en el que la tercera pieza, la columna, se coloca en el lado opuesto al ángulo entre el cuello y la tabla como que forman un ángulo seguro para soportar la tensión de las cuerdas...</p> <p>... El arpa de orquesta moderna es el tipo de marco grande con 46 o 47 cuerdas 6/8 y 1/2 con 7 cuerdas por octava. Las cuerdas graves están entorchadas, las agudas son de tripa o nailon para producir alteraciones sostenidas sobre moles. el instrumento tiene 7 pedales de doble acción; cada pedal controla una cuerda en cada octava, el arpa se afina en la escala de DO V MOL MAYOR cuando se pisa el pedal o nivel...</p> <p>... Cada cuerda controlada por el sube en semitono de Do V MOL o Do natural cuando se pisan dos niveles sube un tono de Do V MOL a Do sostenido.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 9	Hoja 5
7' 00"	<p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 "", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE SEGUNDO BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE A LA ÚLTIMA CÁPSULA. ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – (INVITACION PARA PERMANECER EN RMI, RECORDAR TELEFONOS Y DIRECCIONES... CONTINUAR CON LA ENTREVISTA. COMENTAR LA CAPSULA. CONTINUAR LA ENTREVISTA)</p> <p>- ¿Cuáles son las clasificaciones de las arpas que usted fabrica?</p> <p>- ¿Hace cuanto, usted Don Juan, se dedica al negocio?</p> <p>- ¿Háblenos del proceso de fabricación?</p> <p>- ¿Cuáles son sus materias primas?</p> <p>(MANDAR A LA ULTIMA CAPSULA)</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 9	Hoja 6
11' 00"	<p><u>EFEECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 3.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFEECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL TERCER Y ÚLTIMO BLOQUE DE LA ENTREVISTA.</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Como la música desde el siglo XVI al siglo XVIII, fue demandando más notas que las 7 del instrumento europeo...</p> <p>... Se hicieron intentos para producir las demás notas. Se incluyó a una segunda fila de cuerdas afinadas con los bemoles y sostenidos arpas cromáticas, se colocaron pequeños ganchos en el cuello que podían doblarse para cortar las cuerdas y subir su afinación, y por último se colocaron esos ganchos, después discos rotativos, a pedales mediante palancas y alambres situados dentro de la columna...</p> <p>... Inventada en 1720 la primera arpa de pedales siempre pudo subir la afinación de determinadas cuerdas, lo que le permitió tocar en muchas tonalidades, no todas...</p> <p>... Este sistema fue superado por el de doble acción inventado en 1810 por Sebastián Herart en Paris.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 9	Hoja 7
12' 00"	<p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE TERCER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 3' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE AL FINAL DEL PROGRAMA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 2' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 3' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> -</p> <p>(ANUNCIA QUE SE ENCUENTRAN EN EL ULTIMO BLOQUE DEL PROGRAMA... COMENTAR LA CAPSULA...)</p> <p>-Don Juan, ¿entonces básicamente hay dos tipos de arpas?</p> <p>-¿Cuántas personas laboran con usted?</p> <p>-¿Qué es más redituable, fabricar o tocar estos instrumentos?</p> <p>- ¿Cuánto tiempo tarda en fabricar un arpa?</p>
3' 00"	<p>ENTRA DISTINTIVO DEL IMER DE FINALIZACIÓN DEL PROGRAMA.</p>	<p>(AGRADECE LA PRESENCIA DE LOS INVITADOS, DA CREDITOS Y DESPIDE EL PROGRAMA.)</p>
15' 00"	<p>FADE OUT</p>	

PROGRAMA: Empresarios Mexicanos		Hoja 1
PROGRAMA:	Empresarios Mexicanos	
NUMERO DE PROG.:	10	
PRODUCCION:	Entrevista con Jacobo Schwartzman, Director de la empresa Espuma de Luna S.A. de C.V.	
GUIONISTA:	Verónica Flores	
REQUERIMIENTOS HUMANOS:	Oscar García (productor) Gerardo Sánchez (locutor 1) Bonnie Perette (locutor 2) Alberto Contreras (Locutor 3)	
REQUERIMIENTOS TECNICOS:	Efectos de rompe cortes, disco de Julio Revueltas <i>Mi Santa María</i> , y disco de Nopal Beat para fondear las cápsulas.	
FADE IN	<p>ENTRA IDENTIFICACION DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO. ASI COMO DE RADIO MÉXICO INTERNACIONAL.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD JULIO REVUELTAS (MÚSICA DISTINTIVA DEL PROGRAMA) TRACK 2, SUBE 10" Y FONDEA MIENTRAS EL LOCUTOR 1 HABLA Y PRESENTA EL PROGRAMA, ANTES DE QUE TERMINE EL LOCUTOR, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE.</p>	<p>ESTE MATERIAL ES REALIZADO POR EL AREA DE PRODUCCION DEL IMER Y DE RMI, AJENA A LA PRODUCCION DE EMPRESARIOS MEXICANOS.</p> <p><u>LOCUTOR 3</u> - El día de hoy nos acompaña Jacobo Schwartzman, quien representa a la empresa Espuma de Luna, y a través de esta charla nos dará a conocer su producto, el cual consiste en la fabricación de jabones hechos a mano...</p> <p>... Conoceremos también cuales son las característica que distinguen a estos jabones, pues su fórmula de preparación los hace diferentes a cualquier otro tipo de jabón...</p> <p>... No esperemos más, y emprendamos el camino...</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 10	Hoja 2
1' 00"	<p>ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULAS. <u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2. <u>EFEECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA PASAR A LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – En el siglo VII, existía una potente industria en España e Italia, y fue precisamente en la ciudad italiana de Sabona, donde se empezó a elaborar un jabón de aceite de oliva, que también hacían los musulmanes...</p> <p>... En el siglo XV, aparece el jabón de Marsella, el precursor de los jabones actuales, preparado con una mezcla de huesos, ricos en potasio y grasa vegetales...</p> <p>... La industria jabonera floreció en las ciudades costeras del Mediterráneo, favorecidas por la abundante presencia del aceite de oliva y la sosa natural...</p> <p>... Durante la segunda guerra mundial, desarrollaron un tipo de jabón que podía utilizarse con agua del mar, pensando en los molinos destinados en el pacífico, así nació el jabón dermatológico, el menos abrasivo de todos los jabones...</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 10	Hoja 3
2' 00"	<p><u>MÚSICA</u> – ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA Y DESAPARECE. ESTE PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00". ANTES DE DAR CORTE A LA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00".</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – ¡Qué tal!, bienvenidos a una semana más de <i>Empresarios Mexicanos</i>, y como ya escucharon, el día de hoy, del producto del cual vamos a hablar es sobre jabones...</p> <p>Para ello nos acompaña Jacobo Schwrtzman...</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Dónde está la fabrica de Espuma de Luna? - ¿Cómo surgió la idea de formar Espuma de Luna? - ¿En cuánto a la materia prima, dónde la consigues? <p>(MANDAR A LA SEGUNDA CÁPSULA)</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 10	Hoja 4
6' 00"	<p><u>EFFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 2.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFFECTO PARA CONTINUAR CON EL SEGUNDO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – El baño tiene su origen en un rito purificador, presente en todas las culturas, desde el bautismo cristiano, hasta la inmersión de las aguas del Ganges...</p> <p>... Cada civilización ha tenido sus ritos:</p> <p>... En Grecia, el baño precedía cualquier ceremonia importante...</p> <p>... En Roma se construyeron las tinas, piscinas de mármol comunitarias convertidas en lugar de reunión...</p> <p>... En la Edad Media, los baños públicos eran habituales para los plebeyos, mientras la aristocracia se daba baños turcos, costumbre traída de oriente por los cruzados...</p> <p>... Durante el renacimiento se puso de moda impregnarse de perfumes fuertes, que anulaban el mal olor corporal, en lugar de lavarse...</p>
1' 00"		

PROGRAMA:	Empresarios Mexicanos		Hoja 5
NUMERO DE PROG.:	10		
7' 00"	<p>MÚSICA - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 "", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE SEGUNDO BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE A LA ÚLTIMA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – (INVITACION PARA PERMANECER EN RMI, RECORDAR TELEFONOS Y DIRECCIONES.... COMENTAR LA CÁPSULA, CONTINUAR LA ENTREVISTA)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Jacobó, háblenos sobre las características de las materias primas, que hacen diferentes a estos jabones? - ¿Cuál es el proceso de producción? - ¿Con cuántos aromas cuenta tu producto? <p>(MANDAR A LA ÚLTIMA CÁPSULA)</p>	
4' 00"			

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 10	Hoja 6
11' 00"	<p><u>EFFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 3.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFFECTO PARA CONTINUAR CON EL TERCER Y ÚLTIMO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – No es hasta el siglo XIX cuando los científicos descubren el papel de las bacterias en el desarrollo del mal olor. es así como aparecen los primeros desodorantes...</p> <p>El primero lo inventaron los norteamericanos, con Mun, en 1888. Una crema bactericida que dio origen a una marca de desodorantes, todavía en pleno auge...</p> <p>... Su éxito fue espectacular, algo comprensible, teniendo en cuenta que hasta ese momento lo único efectivo para combatir el mal olor consistía en frotarse con amoníaco diluido en un poco de agua, o impregnarse en perfume. que mezclado con el sudor, producía un olor bastante peor...</p> <p>... Los jabones fueron haciéndose cada vez más cómodos de utilizar, y a la vez que se convertían en objeto de consumo masivo, perdían totalmente su calidad, cambiando su formulación natural por una formulación química similar a la de los detergentes industriales o domésticos...</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 10	Hoja 7
12' 00"	<p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 "", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE TERCER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 3' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE AL FINAL DEL PROGRAMA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 2' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 3' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – Estamos de regreso en este último bloque de este programa de esta semana...</p> <p>- Jacobo, ¿Tú crees que representa una buena opción invertir este tipo de negocios?</p> <p>- ¿Qué retos enfrentan las Pymes?</p> <p>Esto a sido todo por el dia de hoy, muchas gracias a Jacobo, mi nombre es Gerardo Sánchez y los espero la próxima semana con mas de empresarios Mexicanos.</p>
3' 00"	<p>ENTRA DISTINTIVO DEL IMER DE FINALIZACIÓN DEL PROGRAMA.</p>	
15' 00"		
FADE OUT		

PROGRAMA: Empresarios Mexicanos		Hoja 1
NUMERO DE PROG.:	11	
PRODUCCION:	Entrevista con Mario Landeros, Director de la empresa Caleb. Arte en luz, S.A. de C.V.	
GUIONISTA:	Verónica Flores	
REQUERIMIENTOS HUMANOS:	Oscar García (productor) Gerardo Sánchez (locutor 1) Bonnie Perette (locutor 2) Alberto Contreras (Locutor 3)	
REQUERIMIENTOS TECNICOS:	Efectos de rompe cortes, disco de Julio Revueltas <i>Mi Santa María</i> , y disco de Nopal Beat para fondear las cápsulas.	
FADE IN	<p>ENTRA IDENTIFICACIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO. ASI COMO DE RADIO MÉXICO INTERNACIONAL.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD JULIO REVUELTAS (MÚSICA DISTINTIVA DEL PROGRAMA) TRACK 2, SUBE 10" Y FONDEA MIENTRAS EL LOCUTOR 1 HABLA Y PRESENTA EL PROGRAMA, ANTES DE QUE TERMINE EL LOCUTOR, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE.</p>	<p>ESTE MATERIAL ES REALIZADO POR EL AREA DE PRODUCCIÓN DEL IMER Y DE RMI, AJENA A LA PRODUCCIÓN DE EMPRESARIOS MEXICANOS.</p> <p><u>LOCUTOR 3</u> - Una vez más, los Empresarios Mexicanos se hacen escuchar a través de la señal de RMI, donde en esta ocasión, conocerán a Caleb, Arte en Luz, una empresa que dedica sus esfuerzos para la fabricación de velas...</p> <p>... Los invitamos a escuchar esta conversación, que reflejará una propuesta más del quehacer empresarial mexicano...</p> <p>... Conoceremos en la voz del emprendedor Mario Landeros, las propuestas, el conocimiento y los desafíos que enfrenta este sector, a través de Empresarios Mexicanos...</p> <p>... Emprendamos el camino...</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 11	Hoja 2
1' 00"	<p>ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULAS.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA PASAR A LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – ¿Qué es la Parafina?: científicamente es un hidrocarburo derivado del petróleo; pero lo que verdaderamente nos interesa saber, es que es el componente principal de una vela y el combustible que al derretirse la mantiene encendida...</p> <p>... La Parafina puede comprarse en comercios especializados en artesanías, su color es blanco y su transparencia es índice de su calidad. Se vende a partir de un kilo, preferentemente trozada (o de lo contrario tendremos que cortarla en pedacitos para poder derretirla)...</p> <p>... Existen diferentes tipos de Parafina: Del Plata, YPF, entre otras, lo ideal es probar un poco de cada una para poder elegir de esta manera la que nos resulte más efectiva...</p> <p>... La Parafina debe derretirse siempre a Baño María: lo primero que se debe hacer, será conseguir dos jarritos de metal, cacerolas o latas, para poder colocar en una el agua que deberá hervir y en otra más pequeña la Parafina en trozos (no es necesario colocar toda la Parafina que se haya comprado, sino la que se considere necesaria para la elaboración de la vela, con el tiempo y la experiencia se sabrá calcular los porcentajes)...</p> <p>... El jarro, lata o cacerola más pequeña no debe tocar el fondo de la más grande, por lo que es recomendable que posea una manija para poder engancharlas. Lo importante a considerar es que los utensilios que se utilicen, no pueden luego volver a usarse para la elaboración de alimentos, por lo que se recomienda que se escojan los que nunca se usarán más.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 11	Hoja 3
2' 00"	<p><u>MÚSICA</u> – ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA Y DESAPARECE. ESTE PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00". ANTES DE DAR CORTE A LA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00".</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – Bienvenidos, gracias por permanecer en la señal de Radio México Internacional...</p> <p>(RECORDAR TELÉFONOS DE RMI)</p> <p>Ahora si, es tiempo de presentar a nuestro invitado, y él es Mario Landeros... Gracias por regalarnos un espacio de su agenda para platicar con nosotros...</p> <p>(COMENZAR CON LA ENTREVISTA)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo surge Caleb, arte en luz? - ¿A qué te dedicas antes de iniciar este negocio? - ¿Desde hace cuanto? - ¿Qué significa Caleb? <p>Es necesario que hagamos una pasusa y escuchar la siguiente cápsula, donde usted amigo radioescucha, conocerá los usos más frecuentes del nopal.</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 11	Hoja 4
6' 00"	<p><u>EFEECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 2.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFEECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL SEGUNDO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Dentro de los múltiples usos que se le da a la parafina, destaca su uso para la belleza exterior...</p> <p>... La parafina es fácil de usar y ayuda a humectar la piel a niveles profundos. Humecta la piel porque aumenta el flujo sanguíneo en el área tratada. Esto hace que la húmeda de las capas profundas de la piel se expanda a las capas superiores. Debido a la parafina, esta humedad no puede evaporarse sino que regresa a las capas profundas, ayudando así a hidratar, alimentar y rejuvenecer la piel...</p> <p>... La parafina se usa durante las faciales como mascarilla, también se usa en tratamientos corporales y durante la pedicura y manicura para suavizar la piel...</p> <p>... En los salones de belleza y spas, se dispone de un aparato especial que se encarga de derretirla y mantenerla a la temperatura ideal. Una vez que la parafina se derrite, la temperatura tiene que ser caliente pero agradable al tacto. Este tratamiento es ideal para pieles secas y climas fríos...</p> <p>... Muchas personas creen que también ayuda a las personas que padecen de artritis. Cabe destacar que los tratamientos son recomendables para todo tipo de piel...</p> <p>... En la cara son solamente recomendados para uso profesional. La esteticista determina si las condiciones de la piel se beneficiarían con la parafina. Por último, la Parafina no es recomendada para personas con diabetes, venas varicosas, cuando hay cortaduras o rajaduras en la piel.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 11	Hoja 5
7' 00"	<p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 “, Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE SEGUNDO BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE A LA ÚLTIMA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – (INVITACION PARA PERMANECER EN RMI, RECORDAR TELEFONOS Y DIRECCIONES... CONTINUAR CON LA ENTREVISTA. COMENTAR LA CAPSULA...)</p> <p>- ¿Cómo está organizado Caleb?</p> <p>- ¿Cuáles son los productos que ya se encuentran colocados en el mercado?</p> <p>- ¿Cuál es el proceso de selección de los modelos de los productos a desarrollar?</p> <p>(MANDAR A LA ULTIMA CAPSULA)</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 11	Hoja 6
11' 00"	<p><u>EFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 3.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL TERCER Y ÚLTIMO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Las velas sirven como objetos para realizar rituales de cualquier tipo...</p> <p>... Ejemplo de ello, es que en las iglesias católicas, los altares de Dolores, que refieren al dolor de la Virgen María durante la Pasión y Muerte de Cristo; son famosos por su vasta riqueza visual y espiritual...</p> <p>... Así como la imagen, otro de los principales adornos de esta tradición, son las velas, que tienen un sentido litúrgico importante debido a que la luz debe acompañar a la Virgen....</p> <p>... En Jalisco, Michoacán y Colima se acostumbra colocar varias velas encendiéndolas todas a la vez cuando los invitados se encuentran reunidos y se les conoce como "incendios". Así, con la luz que emanan los cirios, hacen un interesante reflejo con los demás adornos...</p> <p>... También las velas han sido un elemento protagónico en la ambientación de cualquier mesa, para las festividades de día de muertos, para la bienvenida del año nuevo, en fin, el uso depende de la situación en que usted se encuentre...</p> <p>... Eso sí, lo más recomendable, es tener la precaución de no descuidar en ningún momento a las velas encendidas, pues con esto, evitará posibles accidentes.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 11	Hoja 7
12' 00"	<p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 "", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE TERCER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 3' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE AL FINAL DEL PROGRAMA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 2' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 3' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – (ANUNCIA QUE SE ENCUENTRAN EN EL ULTIMO BLOQUE DEL PROGRAMA... COMENTAR LA CAPSULA...)</p> <p>- ¿Cuáles son las oportunidades de negocio que Caleb ofrece a los radioescuchas?</p> <p>- ¿Cuáles son las opciones que ofrecen para poder contactarlos?</p> <p>- ¿Qué mercados o zonas ya tiene como clientela?</p> <p>(AGRADECE LA PRESENCIA DE LOS INVITADOS, DA CREDITOS Y DESPIDE EL PROGRAMA.)</p>
3' 00"	<p>ENTRA DISTINTIVO DEL IMER DE FINALIZACIÓN DEL PROGRAMA.</p>	
15' 00"		
FADE OUT		

PROGRAMA: Empresarios Mexicanos		Hoja 1
NUMERO DE PROG.:	12	
PRODUCCION:	Entrevista con Giovanni Sierra, Co-director de la empresa Botanicus S.A. de C.V.	
GUIONISTA:	Verónica Flores	
REQUERIMIENTOS HUMANOS:	Oscar García (productor) Gerardo Sánchez (locutor 1) Bonnie Perete (locutor 2) Alberto Contreras (locutor 3)	
REQUERIMIENTOS TECNICOS:	Efectos de rompe cortes, disco de Julio Revueltas <i>Mi Santa María</i> , y disco Nopal Beat para fondear las cápsulas	
FADE IN	<p>ENTRA IDENTIFICACIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO. ASI COMO DE RADIO MÉXICO INTERNACIONAL.</p> <p><u>MÚSICA:</u> ENTRA CD JULIO REVUELTAS (MÚSICA DISTINTIVA DEL PROGRAMA) TRACK 2, SUBE 10" Y FONDEA MIENTRAS EL LOCUTOR 1 HABLA Y PRESENTA EL PROGRAMA, ANTES DE QUE TERMINE EL LOCUTOR, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE.</p>	<p>ESTE MATERIAL ES REALIZADO POR EL AREA DE PRODUCCIÓN DEL IMER Y DE RMI, AJENA A LA PRODUCCIÓN DE EMPRESARIOS MEXICANOS.</p> <p><u>LOCUTOR 3</u> - Empresarios Mexicanos cumple una semana más con su misión de llevarle a usted radioescucha, la voz de los empresarios de nuestro país...</p> <p>... En esta ocasión, comparte su historia con los micrófonos de RMI, Botanicus, una compañía que nace con la idea de dar a conocer productos de belleza y cuidado personal, que son elaborados siguiendo la tradición de nuestros antepasados; que por medio de plantas y hierbas logran formar el equilibrio entre cuerpo y alma...</p> <p>...Además, Botanicus cuenta con una línea de productos artesanales, 100% naturales, de alta calidad, por supuesto, mexicanos... acompañenos para conocer más de esta compañía mexicana...</p> <p>Emprendamos el camino...</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 12	Hoja 2
1' 00"	<p>ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULAS. MÚSICA: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA PASAR A LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Los artesanos mexicanos trabajan no sólo en objetos de ornato y uso doméstico, también echan mano de la imaginación para realizar artículos con relación a la medicina alternativa...</p> <p>... Por ejemplo, los fabricantes del Municipio de Cuentepec, Morelos, moldean porta inciensos, porta jabones, lima para pies, y difusores de barro. Además, siendo Cuentepec uno de los municipios con más necesidades en el estado de Morelos, sus mujeres ricas en creatividad y arte, crean hermosas piezas de barro horneado en hornos antiguos...</p> <p>... Por otro lado, una de las numerosas artesanías michoacanas es la talla de maderado, donde las herramientas para masajes de madera de madroño, resaltan en este interés por el bienestar humano...</p> <p>... Por su parte, los artesanos de Ixtle de Hidalgo y Querétaro crean con la fibra natural del maguey: zacates y estropajos tejidos en gancho. Piezas únicas para exfoliar la piel de una manera natural...</p> <p>... Gracias a mujeres oaxaqueñas, surgen los peines tallados a mano de finas maderas. Este es sólo un breve espejo de lo que las manos mexicanas pueden lograr.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 12	Hoja 3
2' 00"	<p><u>MÚSICA</u> – ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA Y DESAPARECE. ESTE PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00". ANTES DE DAR CORTE A LA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00".</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – -Bienvenidos una vez más a este espacio dedicado al mundo empresarial mexicano; donde el día de hoy nos acompaña Giovanni Sierra, Co-director de la Empresa Botanicus. Que tal, ¿cómo estas?</p> <p>-Comenzamos, ¿de dónde son ustedes originarios? -¿Dónde producen? -¿A quién se le ocurrió la idea de fundar Botanicus? -¿Hace cuánto?</p> <p>Giovanni, que te parece si escuchamos una cápsula con relación a éste tema y regresamos con más aquí en Empresarios Mexicanos.</p> <p>(MANDAR A LA SEGUNDA CÁPSULA, E INVITAR A PERMANECER ESCUCHANDO RMI)</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 12	Hoja 4
6' 00"	<p><u>EFFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 2.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFFECTO PARA CONTINUAR CON EL SEGUNDO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – La definición de acuerdo al diccionario nos dice que; la Aromaterapia es la utilización terapéutica de los efectos producidos por los aromas, en el organismo. Aromaterapia, en medicina integrativa, se entiende como el uso terapéutico de aceites esenciales extraídos de las plantas. Los aceites esenciales proporcionan a las plantas su fragancia, y sus efectos curativos sobre el cuerpo y la mente son conocidos desde la antigüedad. Los aceites esenciales son químicamente complejos -un aceite puede contener entre 50 y 500 sustancias químicas diferentes- y poseen un gran número de propiedades medicinales. Pueden dilatar o constreñir los vasos sanguíneos, servir como sedantes o estimulantes, y actuar sobre las glándulas suprarrenales, los ovarios, la tiroides o en el proceso de digestión. El término aromaterapia fue usado por el químico francés, Maurice Gattefosse, descubridor de las propiedades curativas del aceite esencial de lavanda. En sus investigaciones comprobó la importancia de los aceites esenciales para la buena circulación sanguínea y linfática y el modo en que influyen sobre el metabolismo. "El bebé reconoce a su madre por el olor." Esa frase de origen presumiblemente popular demuestra la gran importancia del olfato en la vida del ser humano. Desde pequeño, el hombre aprende a distinguir los diversos aromas y los clasifica como olores buenos y olores malos. Posteriormente, en situación de debilidad física, o hasta de enfermedad, es posible a través del olfato procurarse la curación, utilizando las esencias aromáticas o los aceites esenciales, que contienen sustancias altamente benéficas para el tratamiento de diversas afecciones.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 12	Hoja 5
7' 00"	<p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE SEGUNDO BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE A LA ÚLTIMA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> –</p> <p>Estamos de regreso en <i>Empresarios Mexicanos</i>, con Giovanni Sierra de <i>Botanicus</i>.</p> <p>(COMENTAR LA CAPSULA)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuál es el proceso de diseño de los productos? - ¿Dónde obtienen las materia prima? - ¿Cómo es esta tarea y en manos de quien está? - ¿Desde tu punto de vista, qué tan competido es este giro? - ¿Cuántos productos están contemplados en tu catálogo? <p>Giovanni, pues es el momento de hacer una nueva pausa para entrar al último bloque de este espacio.</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 12	Hoja 6
11' 00"	<p><u>EFEECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 3.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFEECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL TERCER Y ÚLTIMO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Nunca antes como ahora, habían sido tan importantes los aromas para el ser humano, que siempre ha pensado que el uso de lociones y perfumes que se remonta a tiempos inmemorables, no sólo era ó es pura vanidad, si no que lleva implícito a quien lo esta oliendo, el auxilio de sus positivos efectos terapéuticos y relajantes. Un ejemplo de ello es el incienso. La palabra incienso deriva del latín (incensum, cosa quemada). Es una especie de resina aromática cuyo olor se desprende sobre todo de la combustión y que se extrae de varios árboles. Si bien es escasa la literatura sobre su uso y muy discutida la fecha en que comenzó a emplearse, se sabe que es utilizado desde la antigüedad, tanto en ceremonias religiosas, así como en mágicas y en rituales. En la actualidad el incienso también se emplea en fumigaciones. Entre otras aplicaciones, el incienso se utiliza para purificar los ambientes, ya que el aroma que despiden genera un ambiente agradable y positivo, contrarrestando de esta manera toda manifestación o influencia negativa que pudiere haber. Al inspirar un aroma, cualquiera que fuese, el mismo produce un efecto alquímico. También ayuda a conectarse con las divinidades (ya desde tiempos remotos, el hombre hacía uso de estos aromas para agasajar a los dioses). Los espíritus reciben agradecidos este tipo de ofrendas. Para su fabricación se seleccionan las más deliciosas fragancias que son extraídas de diferentes plantas, especias y flores. Los diferentes aromas de los inciensos han sido impuestos en el mercado en forma de: Varillas, Conos, Hierbas, en Grano, en Polvo, Especias y Aceites</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 12	Hoja 7
12' 00"	<p>MÚSICA - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 “, Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE TERCER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 3' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE AL FINAL DEL PROGRAMA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 2' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 3' 00"</p>	<p>LOCUTOR 1 – Estamos de regreso ya en éste último bloque de <i>Empresarios Mexicanos</i>, muchas gracias amigos radioescuchas por permanecer en sintonía con esta emisora.</p> <p>Giovanni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuáles son tus puntos de venta? - ¿Cómo está conformada la empresa? - ¿En dónde los pueden contactar si algún amigo radioescucha quiere saber de ustedes, ya sea aquí en México o en el exterior del país? - ¿Tienen algún sitio Web donde puedan...? <p>Pues ya saben amigos radioescuchas, si están interesados en adquirir alguno de estos productos ya saben donde contactar a Botanicus... A quien agradecemos su presencia y también agradezco como siempre la producción de este espacio a Oscar García. Mi nombre es Gerardo Sánchez, muchas gracias y los espero la próxima semana aquí en <i>Empresarios Mexicanos</i>.</p>
3' 00"	<p>ENTRA DISTINTIVO DEL IMER DE FINALIZACIÓN DEL PROGRAMA.</p>	
15' 00" FADE OUT		

PROGRAMA: Empresarios Mexicanos		Hoja 1
NUMERO DE PROG.:	13	
PRODUCCION:	Entrevista con Vicente Latapí, Director de operaciones de Kalak S.A. de C.V.	
GUIONISTA:	Verónica Flores	
REQUERIMIENTOS HUMANOS:	Oscar García (productor) Gerardo Sánchez (locutor 1) Bonnie Perette (locutor 2) Alberto Contreras (locutor 3)	
REQUERIMIENTOS TECNICOS:	Efectos de rompe cortes, disco de Julio Revueltas <i>Mi Santa María</i> , y disco Nopal Beat para fondear las cápsulas	
FADE IN	<p>ENTRA IDENTIFICACIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO. ASI COMO DE RADIO MÉXICO INTERNACIONAL.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD JULIO REVUELTAS (MÚSICA DISTINTIVA DEL PROGRAMA) TRACK 2, SUBE 10" Y FONDEA MIENTRAS EL LOCUTOR 1 HABLA Y PRESENTA EL PROGRAMA, ANTES DE QUE TERMINE EL LOCUTOR, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE.</p>	<p>ESTE MATERIAL ES REALIZADO POR EL AREA DE PRODUCCIÓN DEL IMER Y DE RMI, AJENA A LA PRODUCCIÓN DE EMPRESARIOS MEXICANOS.</p> <p><u>LOCUTOR 3</u> - ¡Qué tal, bienvenidos al tiempo de abrir caminos!</p> <p>... Este es el espacio, de RMI, dedicado al mundo empresarial mexicano, en donde seguramente encontrará, usted radioescucha, la voz de las empresas que dedican su tiempo en producir para exportar...</p> <p>... Y el día de hoy, nos acompaña Kalak, una empresa que diseña novedosos artículos para el hogar...</p> <p>... Conoceremos de donde nace esta creativa compañía y quienes son los que están de tras de ella, en la voz de Víctor Latapí...</p> <p>... Emprendamos el camino...</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 13	Hoja 2
1' 00"	<p>ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULAS. <u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA PASAR A LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – El diseño interior durante la era del Art Decó, reflejó un acercamiento unificado, de hecho, la línea entre el diseño interior de Art Decó y el diseño industrial, es a menudo, fácil de distinguir...</p> <p>...Muchos de los diseñadores industriales superiores, y de los arquitectos de la era, diseñaban a menudo interiores también; muchos de los mobiliarios incorporan los materiales industriales como cristal y metal; y fueron diseñados para crear un ambiente cohesivo, evocador de una máquina fino templada...</p> <p>... Durante los años 30, las compañías de fabricación, encargaron a los consultores del diseño industrial, producir una variedad de productos, influenciado por esfuerzos de desarrollar un automóvil más aerodinámico; los diseñadores industriales adoptaron la forma aerodinámica para un número de objetos</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 13	Hoja 3
2' 00"	<p><u>MÚSICA</u> – ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA Y DESAPARECE. ESTE PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00". ANTES DE DAR CORTE A LA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00".</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – Qué tal! ¿Cómo están? Amigos de Empresarios Mexicanos, que sintonizan RMI en cualquiera de sus modalidades. El día de hoy, como cada semana, tendremos un emprendedor más, que compartirá su historia de cómo creció y realizó su empresa que se llama Kalak...</p> <p>Víctor Latapí:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo nace Kalak? - ¿A qué te dedicabas antes? - ¿Con qué recursos comenzó Kalak? - ¿Qué productos fueron los primero en realizarse? - ¿Qué significa Kalak? <p>(ENVIAR A LA CAPSULA 2)</p>
4' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 13		Hoja 4
6' 00"	<p><u>EFEECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 2.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFEECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL SEGUNDO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – El diseño industrial hizo un nombre para sí mismo durante la era de Art Decó, hecho de los últimos materiales, tales como plásticos, cromo y aluminio...</p> <p>... Los productos domésticos tenían una mirada moderna, y estaban disponibles para cada tipo debido a la producción en masa...</p> <p>... Los diseñadores gráficos del Art Decó, son un producto de su edad y reflejan el espíritu de la modernidad y de la ingeniosidad industrial...</p> <p>... El estilo gráfico de la formalidad y de la simplicidad geométrica, son a menudo usadas en este periodo para transformar o torcer la realidad, reinterpretando el mundo en estilo Decó...</p> <p>...Los elementos de Cubismo y del Futurismo son evidentes en muchos trabajos, y el recorrido y el transporte son temas populares...</p>	
1' 00"			

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos		Hoja 5
7' 00"	<p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 ", Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE SEGUNDO BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 4' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE A LA ÚLTIMA CÁPSULA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 3' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 4' 00"</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – (COMENTA LA CÁPSULA CON EL INVITADO Y CONTINUA CON LA ENTREVISTA)</p> <p>- ¿Del inicio del sueño con dos portarretratos. ahora, cuántos productos tienen en stock?</p> <p>- ¿Qué parámetros toman en cuenta para diseñar?</p> <p>- ¿Qué materias primas utilizan?</p> <p>- ¿Dónde surten su materia prima?</p> <p>- ¿Cuál es la dinámica de selección, partiendo de los diseños, para la elaboración de los productos?</p> <p>Te invito Víctor, y a nuestros amigos radioescuchas, a hacer una pausa, a escuchar nuevamente una cápsula y regresamos a Empresarios Mexicanos.</p>	
4' 00"			

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 13	Hoja 6
11' 00"	<p><u>EFECTO</u> – ENTRA CORTINILLA PARA CÁPSULA 3.</p> <p><u>MÚSICA</u>: ENTRA CD DE NOPAL BEAT, TRACK 06, SUBE Y FONDEA AL LOCUTOR 2.</p> <p><u>EFECTO</u>: DESPUÉS DEL LOCUTOR, ENTRA EFECTO PARA CONTINUAR CON EL TERCER Y ÚLTIMO BLOQUE DE LA ENTREVISTA</p>	<p><u>LOCUTOR 2</u> – Art Decó va mucho más allá de lo arquitectónico, ¿cuántos de nosotros nos sentiríamos ajenos a esta tendencia artística?, ignorando, que en nuestros hogares o centros de trabajo, en ocasiones, estamos rodeados por objetos de época: porque el Decó va a estar presente en una simple fotografía de familia, una plancha o una licuadora, en una lámpara, una mesa o una vajilla...</p> <p>... El hecho de que el Decó, haya incursionado en la vida cotidiana, es quizá uno de los motivos por los cuales, muy pronto un alto porcentaje de ejemplos hayan sido desechados, tanto así, que en la actualidad muy pocos basares de antigüedades cuentan con obras de época.</p>
1' 00"		

PROGRAMA: NUMERO DE PROG.:	Empresarios Mexicanos 13	Hoja 7
<p>12' 00"</p> <p>3' 00"</p> <p>15' 00"</p> <p>FADE OUT</p>	<p><u>MÚSICA</u> - ENTRA MÚSICA DISTINTIVA, SUBE, FONDEA 10 “, Y DESAPARECE.</p> <p>ESTE TERCER BLOQUE DE ENTREVISTA DEBE DURAR 3' 00"</p> <p>ANTES DE DAR CORTE AL FINAL DEL PROGRAMA, ES NECESARIO EN EL MINUTO 2' 30", FONDEAR CON LA MÚSICA DISTINTIVA, PARA CUANDO DEJE DE HABLAR EL LOCUTOR 1, SUBE LA MÚSICA Y DESAPARECE AL 3' 00"</p> <p>ENTRA DISTINTIVO DEL IMER DE FINALIZACIÓN DEL PROGRAMA.</p>	<p><u>LOCUTOR 1</u> – Estamos de regreso, compartiendo con Kalak, una empresa dirigida por Víctor Lomelí:</p> <p>-¿Cuántos productos fabrican en función de cada modelo?</p> <p>-¿Cómo está conformada su empresa?</p> <p>- ¿Dónde distribuyes tus productos?</p> <p>- ¿Dónde contactarte?</p> <p>- ¿Te presentarás en alguna feria?</p> <p>Y amigos radioescuchas yo me despido, esperándolos con el gusto de siempre la próxima semana y agradezco a Oscar García en por la producción de este espacio, mi nombre es Gerardo Sánchez y los espero la próxima semana con Empresarios Mexicanos.</p>

Conclusiones.

El trabajo que aquí se presenta es una propuesta radiofónica a transmitirse vía Internet y Onda Corta, cuyo referente es la Pequeña y mediana empresa. Esta propuesta es el resultado de haber colaborado para la estación durante más de un año y de, por supuesto, el interés de Radio México Internacional por acceder necesariamente al mundo de las nuevas tecnologías.

El olor a extinción de los medios que transmiten vía Onda Corta comienza a percibirse, y como se mencionó en el apartado *1.1.3 La onda corta en México*, debido a la crisis de este medio, muchas otras estaciones no desaparecerán *"tan pronto puedan encontrar alguna fórmula comercial para poder aprovechar sus instalaciones y hacerlas rentables..."*.

En este sentido, resulta pertinente comentar la aparición del Internet como un nuevo medio de comunicación, y que de alguna manera, emisoras como RMI, convergen con ambos medios para el rescate de las radiodifusoras. Es aquí, donde los interesados en el medio deben concentrar los esfuerzos, para, sin temerle, ser parte de los cambios y asumir estos.

Internet es una opción. Sí. Pero no basta con acercarse a la "red de redes" de manera indiferente. Será necesario reflexionar y habituarse a las características que pide el 'nuevo' medio. 'Aprender a nadar en estas nuevas mareas'.

Es necesario entender el cómo se usa. Quiénes se acercan a la red. Qué 'buscan los que buscan' en Internet.

Elaborar contenidos para Internet, sin duda no es tarea fácil. Habrá que realizar programas radiofónicos estructurados de tal manera, que permita a los radioescuchas estar informados, pero de una manera ágil. Esa sería la primera condición que exige la "red de redes".

De tal suerte, en este trabajo se aprecia la manera en que se debe producir un producto radiofónico para la red y para transmitirse también vía Onda Corta, al mismo tiempo.

Por lo anterior, esta propuesta retoma a "manera de sustento teórico" las bases necesarias para la producción de un guión radiofónico con características específicas de transmisión vía Onda Corta e Internet. Pero no sólo eso, también propone una temática que da voz a uno de los sectores más importantes en la economía del país: la Pequeña y mediana empresa.

Cada entrevista con esos pequeños y medianos empresarios, es y será un espejo de una realidad: las carencias económicas, la ausencia de una eficiente capacitación, la enorme competencia que enfrentan a mercados internacionales, la "organización" burocrática para el pago de impuestos, y demás elementos que conforman este torbellino de desequilibrio para el sector.

Por ello, considerando un programa con temática Pyme, que se transmita vía Internet y Onda Corta, para la estación Radio México Internacional, se concluye esta tesina con los siguientes puntos:

1.- Para la realización de la propuesta radiofónica *Empresarios Mexicanos* dirigida a la emisora Radio México Internacional (RMI), es necesario realizar un contexto general sobre la radiodifusora RMI, pues esto es indispensable para entender las características del medio al que es dirigido el producto radial.

2.- Dentro de este contexto, hay que considerar en primer lugar a la radiodifusión vía Onda Corta (OC). Conocer las características de esta frecuencia de alcance mundial, permite entender los motivos de existencia de RMI como una estación internacional. A partir de este elemento global, se determina la selección de las temáticas a transmitir, ya que su objetivo se centra en ser la ventana radiofónica de referencia inmediata en el público internacional y del interior de la República, sobre el acontecer noticioso, turístico, científico, tecnológico, político, empresarial, artístico y musical de México.

3.- Debido a que RMI pretende combinar su transmisión vía OC con Internet, se debe exponer el comportamiento funcional de la red, para determinar las características de envío y recepción de mensajes, para este caso en particular, de un programa radiofónico cuyo referente es la Pyme

4.- Para diseñar una propuesta radiofónica vía Onda Corta e Internet se debe tomar en cuenta una postura teórica respecto a la producción radial. Para este espacio radiofónico se retoman los elementos planteados por Emma Rodero Antón, en su texto *La Radio en Internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red*, los cuales son:

A) Elemento de consumo a partir de la diversidad de intereses entre los usuarios. Se determinan para el diseño del producto radial los siguientes puntos:

- i) La forma de difusión amplia, que sugiere que en donde exista una computadora conectada a la red habrá un posible escucha.
- ii) El punto de difusión, en donde se toma en cuenta que tanto la transmisión por Onda Corta e Internet llega a un número determinado de individuos cuyo interés temático los lleva a buscar dentro de la red un referente en particular.
- iii) La especialización de los temas.

B) Elemento de consumo por la inmediatez de acceso. Se determina para el diseño del producto radial que:

- i. Debe haber combinación de imagen, audio y texto.
- ii. Debe utilizarse a la entrevista y reportaje como géneros pertinentes al medio
- iii. Deben producirse programas de corta duración.
- iv. Deben tomarse en cuenta un referente de interés que será abordado con profundidad y especialización

C) Elemento de consumo a partir de la interactividad: Se determina para el diseño del producto radial que:

- i. El usuario demanda contenidos específicos.
- ii. El usuario exige mayor calidad en el producto auditivo.

En lo que concierne a las normas de elaboración de un producto radial, transmitido por Radio México Internacional, es necesario conocer las reglas que rigen a la estación, en cuanto a la forma y contenido de sus espacios radiales, ya que estas distinciones son tajantes para la realización de los programas que se transmiten por la emisora. Al respecto se puede concluir que:

5.- Para la producción de un espacio radiofónico vía Internet y Onda Corta se deben tomar en cuenta las siguientes características:

A) De forma:

- i) Producir programas con una frecuencia semanal.
- ii) Producir programas, para el caso de Internet, utilizando texto e imagen.
- iii) Producir programas con una duración máxima de 15 minutos.

B) De contenido:

- i) Las temáticas a tratar sean del México actual, como: turismo, ciencia, tecnología, política, empresarial, arte y música.

En cuanto a la elaboración del guión que se considera para esta propuesta se retoma lo señalado por Ma. Cristina Romo Gil, en su texto *Introducción al conocimiento y práctica de la radio* donde explica sobre la elaboración de un guión radiofónico. Por lo tanto se puede concluir que los elementos que deben tomarse en cuenta durante el proceso de creación del guión radiofónico son:

6.- Elaboración de un guión de tipo 'semicompleto', porque se utiliza para aquellos programas en los que participan personas con su opinión o con textos que no dependen del guionista.

7.- Presentación del guión en cuartillas tamaño carta, enumeradas, con los datos principales del programa en cuestión en la parte superior izquierda sólo en la primera hoja. Las cuartillas deben estar divididas en tres columnas: de izquierda a derecha, la primera dedicada a los tiempos, la siguiente para las instrucciones del operador y la última para el texto del locutor.

Respecto a la temática, *Empresarios Mexicanos* fue un referente sugerido por la misma estación, por lo que fue imprescindible caracterizar a la pequeña y mediana empresa (Pyme), como una forma de justificar la pertinencia de una

propuesta radiofónica que trate sobre el sector. Por lo tanto se concluye que para la realización de un programa radial es necesario:

8.- Establecer el objetivo del programa tomando en cuenta las bases del por qué se efectúa este esfuerzo de propuesta radial. El objetivo se determina con base en los lineamientos que establece el medio, es decir Radio México Internacional:

Transmitir a los radioescuchas nacionales e internacionales, a través del aprovechamiento de las viejas y nuevas tecnologías, información relacionada con el mundo empresarial en México, específicamente referida al sector de las Pymes (Pequeña y mediana empresa), mediante entrevistas realizadas con los representantes del sector, así como con cápsulas informativas.

9.- Contextualizar el referente a través de sus antecedentes históricos.

10.- Determinar la trascendencia del sector a nivel nacional e internacional.

11.- Establecer contactos con organismos especializados en el tema, que para el caso de Empresarios Mexicanos son: La Secretaría de Economía, Bancomext, asociaciones de productos o servicios, bancos, Ferias, encuentros empresariales y Medios de comunicación especializados sobre el tema.

Finalmente y tomando en cuenta todos y cada uno de los puntos anteriormente señalados la propuesta quedó integrada por trece programas, con una duración de quince minutos, tal y como lo solicitó la estación Radio México Internacional.

De esta manera es como se concluye este trabajo de tesina, sin antes abordar una cuestión más, y me refiero al de las limitaciones propias del proyecto. Estas limitaciones están dadas evidentemente a sus propias características de emisión.

Es decir, debe quedar claro que este programa lo podrán escuchar sólo aquellas personas que tengan conocimiento en el uso de la Onda Corta, de cómo hacer para que en sus aparatos receptores llegue la señal, no sólo de Radio México Internacional, sino de la basta lista de emisoras que poco se conocen en el país relacionadas a esta frecuencia.

También este espacio radial quedará a disposición de aquel público que tenga acceso a Internet. Esta condición, aunque permite el logro del objetivo principal de RMI, ser la voz de México al mundo; delimita al escucha, exigiéndole determinadas características de conocimiento y poder adquisitivo para poder acceder a la red.

Bibliografía.

*ALBERT, Pierre, Andre-Jean Tudesq. Historia de la radio y la televisión. México. Ed. Fondo de Cultura Económica. 1982.

*ALVA Arguinoniz, Arelly. Internet como una herramienta de difusión de los medios. UNAM. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón. México. Tesis de Licenciatura, 2001.

*AGUADO Bustamante, Juan Rolando. La radiodifusión por onda corta en México: el caso de XERMX-OC Radio México Internacional. UNAM. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México. Tesis de Licenciatura, 1989.

*ARRUTI, Alberto Miguel. Ciberperiodismo: Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital. Madrid, España. Ed. Limusa. 2001.

*BAENA Paz, Guillermina. Manual para elaborar trabajos de investigación documental. México, Editores Mexicanos Unidos. 1995.

*BÁGUENA García, Jaime. La lista mundial de Emisoras Internacionales en Español. Periodo 2000-2001. Radio Nederland Wereldomroep. Holanda. Edición 38-39. 2000.

*Características de la Industria mediana y pequeña en México. Editado por Fondo de Garantía y Fomento a la Industria Mediana y Pequeña (FOGAIN). Nacional Financiera S.A. Tomo 1. México, D.F., 1974.

*GARCILITA Olmedo, Esther. JOSEPH Esteinou, Alejandro. La radio sin fronteras: estudio introductorio a la radiofonía por onda corta. México. Universidad Intercontinental. Tesis de Licenciatura. 2001.

*GONZÁLEZ, Roberto. Radiodifusión de onda corta en México. Xalapa, Veracruz. Ed. El autor. México. 2001

*LEÑERO, Vicente. MARIN, Carlos. Manual de Periodismo. México, Grijalbo, 1986.

*ORTIZ, Garza. José Luis. La Guerra de las Ondas. México, Ed. Planeta. 1992.

*ROMO Gil, María Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Ed. Diana. Guadalajara, Jal, 1994.

*SAAD, Ganem, Patricia Esperanza. Guía administrativa de producción radiofónica: Caso IMER. Universidad Iberoamericana. Tesis de Licenciatura. México. 1997.

* SILVESTER, Christopher. Las grandes entrevistas de la historia (1859 – 1992). Pról. Rosa Montero. Trad. Herminia Bevia y Antonio Resines. España. Editorial El País / Aguilar. 2ª edición. 1997.

Otras fuentes.

*RODERO Antón, Emma. *La Radio en Internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red.*, en http://www.congresoperiodismo.com/comunicaciones/rodero_comunica.doc.

Consultada en Agosto, 2003.

*RODRIGUEZ Montiel, Elizabeth. "La Radio sin fronteras". En *Razón y palabra*. Edo. de México. Febrero-Abril 2001. Núm. 21. Revista electrónica en América Latina especializada en tópicos de comunicación. <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n21/ficom/erodrig.htm>. Consultada en Agosto, 2003.

*<http://www.cyberangels.org/international/sp/101/background/>. Consultada en Agosto, 2003.

*http://dlucio.okay.com.mx/internet_historia.htm. Consultada en Agosto, 2003.

*http://e_soule.tripod.com/tesis/cap1.htm. Consultada en Agosto, 2003.

*http://www.congresoperiodismo.com/comunicaciones/rodero_comunica.doc. Consultada en Agosto, 2003.

* <http://www.comfm.com/>. Consultada en Agosto, 2003.

* <http://www.comfm.com/live/radio/?c=mx>. Consultada en Agosto, 2003.

* <http://www.comfm.com/live/radio/?k=2>. Consultada en Agosto, 2003.

* <http://www.comfm.com/live/radio/?k=3>. Consultada en Agosto, 2003.

* <http://web.bemarnet.es/help/quicktime/>. Consultada en Agosto, 2003.

*http://www.microsoft.com/latam/prensa/2000/dic/Top10_WinMedia.asp.

Consultada en Agosto, 2003.

*<http://www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,4484,00.asp>.

Consultada en Agosto, 2003.

ANEXO 1

**Entrevista al Licenciado Alejandro Joseph,
Gerente de la emisora
Radio México Internacional - OC.
Realizada el 25 de JULIO de 2003.**

Entrevistador (E):

Que tal, buenas tardes. Licenciado gracias por ceder este espacio, el motivo de este encuentro es para realizar mi trabajo de investigación que va permitir mi titulación. Y qué le parece si comenzamos, ¿cuáles son los objetivos actuales de Radio México Internacional (RMI)?

Licenciado Alejandro Joseph (LAJ):

Mira, los objetivos que tiene RMI ahora son varios, porque está en un proceso global de transformación. Puede decirse que el principal objetivo que tenemos ahora es tener la transmisión de RMI vía Internet.

Sin embargo, existen sub-objetivos de la estación, que son el "re-pensar" en toda la programación, "re-plantearla" y "re-hacerla" en la medida de lo posible, de tal forma que quede una carta programática mucho más abierta y mucho más interesante para el radioescucha, ya sea por onda corta o por Internet.

Otro objetivo puede ser la selección musical que estamos haciendo, que represente al México contemporáneo en sus distintas facetas musicales y bajo ciertos parámetros de calidad, que antes no se venía haciendo de una manera rigurosa.

También, otro objetivo, que el equipo de trabajo de la estación tenga una mejor remuneración, y se profesionalicen todas sus actividades, entonces, en conjunto, el gran objetivo de RMI es convertirse en una estación que represente

una verdadera alternativa en la radiofonia por onda corta y por Internet. Incluso la tirada de la estación es convertirse en una estación multimodal, es decir, que salga por el mayor de vías posibles: por satélite, por Internet, por OC, por AM y FM; con espacios más reducidos y a manera de revista, pero contar con este tipo de salidas.

E:

¿Cómo usted sabe, desde los inicios de la estación, se ha visto que según la administración en turno de RMI, los objetivos de difusión han variado, aunque todos han tenido un común denominador: difundir la cultura mexicana?

LAJ:

Si claro, RMI sigue siendo "La voz de México al Mundo", en sus distintas facetas, es un poco lo que comentaba, el chiste es poder representar todo un país a través de una emisora, sigue siendo la misión principal, lo que ha estado cambiando son las formas de representar esa voz, puede ser una voz completamente estatizada, puede ser una voz con propuesta, una voz con tendencias. Lo que estamos intentando es que sea la voz de México, pero de una forma imparcial, un poco autónoma de la postura estatista y por eso mismo convertirla en una oferta verdadera como la voz de México al mundo.

E:

Pareciera que la OC ha dejado de ser una opción de difusión, ¿porqué la necesidad de conjugarla con otra herramienta como el Internet?

LAJ:

Es una buena pregunta, y hay muchas respuestas, pero creo que la más convincente de todas ellas es que tu como emisora internacional no estás cambiando el sentido de tus transmisiones si lo haces por Internet, sigue siendo el mismo propósito: difundir la cultura, la música, la información de un país a través de un medio para que la escuchen las personas del extranjero. Creo que al fin y al cabo, la necesidad de transmitir es más bien para servir a un mayor público. La OC, por otro lado, si tiene una tendencia global a desaparecer porque ya es una forma de transmisión un poco anquilosada, la recepción es muy azarosa, está sujeta a condiciones climatológicas que no puedes controlar, y que finalmente repercute en la forma de escuchar la OC, entonces tiene como muchos contras, aunque también tiene muchas cosas a favor: tiene la posibilidad de transmitir a grandes distancias en una frecuencia de radio, tiene a su favor que permite a los muchos o pocos que escuchan esta modalidad de radiofonía, el intercambio cultural, o la fascinación por escuchar más allá de las fronteras. Entonces resulta interesante que RMI trabaje por las dos vías: por Internet y por OC, y así aseguramos que llegas a varios públicos, con modalidades diferentes.

E:

¿Cuáles son las características del software de transmisión via Internet?

LAJ:

El software que utilizaremos de primer momento son los que se descargan gratuitamente como el Quik Time, Windows Media y el Real Placer. Estos son formatos muy comunes para América.

E: En cuanto a la programación ¿cuáles son las características de forma?

LAJ: Una fórmula interesante que estamos aplicando es la de tener programas de 15 minutos, en lugar de tener programas de media hora, ya que soy muy cansado para el escucha de hoy en día. Presentar un formato de 15 minutos hace mucho más vertiginosa a la estación, te da pie a mucho más figuras de producción que puedas acompañar los 15 minutos de programa, es decir, puedes dar la frecuencia de manera más continua, dar promocionales de manera más fluida que con programas de media hora o más. Esto también permite que el escucha se quede por más tiempo escuchando la estación y sobre diversos temas.

E:

Y las características en cuanto a contenido, ¿cuáles son?

LAJ:

Se está buscando tener un poco más de periodismo radiofónico dentro de la estación, investigar más las cosas, llevarlo más hacia lo contemporáneo y no transmitir programas que tenían ya varios años de producción. Se pretende también jugar con las voces, de acuerdo al contenido que se esté mostrando.

Se está cuidando la elaboración de los guiones, algo que se había descuidado, y se estaba olvidando el lenguaje radiofónico, se escribía como si fueras a leer el

texto y no se trata de eso. Si tu radioescucha percibes un texto atractivo, pues te quedas escuchando.