



UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CLAVE 8793-24

**CONCEPTO RADIOFÓNICO EXA Y SU PROCESO DE
ADAPTACIÓN AL MERCADO LOCAL DE CELAYA GUANAJUATO**

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

IRIS ANGÉLICA VÁZQUEZ GUZMÁN

ASESOR:

L.C.C. GUILLERMO GARCÍA RODRÍGUEZ

CELAYA, GTO.

JULIO, 2017



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.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, por su apoyo incondicional en todo momento. Por abrazarme y ayudarme en los momentos más tristes demostrándome que con el amor de familia se puede vencer cualquier dificultad, me ayudaron a comprender que puedo levantarme de cualquier derrota y sonreír. Tenerlos a mi lado es mi mejor regalo de vida, porque con su cariño me convertí en una mujer más fuerte y feliz. Gracias por presionarme, por insistir y sobre todo por confiar en mí.

A mis hermanas, por ser mis confidentes y amigas. Sin ustedes mis pasos no serían tan firmes, son la prueba de que las mujeres unidas somos más fuertes. Las amo con todo el corazón.

A mi hijo Iker. Eres la luz de mi vida, mi motor y la razón principal por la que quiero seguir adelante, crecer y superarme. Te dedico este trabajo porque fuiste el impulso para que estuviera terminado, quiero que te sientas orgulloso de mamá y que algún día pueda inspirarte a que cumplas tus metas, recuerda que por más difícil que parezca después de la tormenta siempre sale el sol.

A mis amigas, que en el transcurso de este viaje terminaron por convertirse en mis hermanas, son guerreras de las que he aprendido tanto, me siento muy orgullosa de ustedes.

Al Licenciado Guillermo García, por ser mi maestro y amigo. Gracias por apoyarme durante todos estos años.

ÍNDICE

Introducción

Capítulo I “Antecedentes de TVR Comunicaciones”

1.1 Inicios de la radio en Celaya Guanajuato	1
1.2 Origen de la empresa Teleradio Regional	3
1.3 Creación de Teleradio Regional	4
1.4 “Señal 84”, primer estación radiofónica de grupo Teleradio Regional	8
1.5 Inicia transmisiones “Señal 84”	10
1.6 Adquisición de la frecuencia 740 AM	13

Capítulo II “Transición de Teleradio Regional a TVR Comunicaciones”

3.1 Evolución de Teleradio Regional	14
3.2 Teleradio Regional se convierte en TVR Comunicaciones	18
3.3 Cambios en TVR Comunicaciones	21
3.4 Misión, Visión y Valores de TVR Comunicaciones	25

Capítulo III “Adaptación del concepto radiofónico “EXA” para una plaza local, caso específico: Celaya

3.1 Historia de EXA FM	28
3.2 Concepto y Target EXA	32
3.3 TVR Comunicaciones adopta el concepto EXA	33
3.4 Estructura de EXA 104.5	35
3.5 Locutores y programación para la cabina EXA 104.5 FM	37
3.6 Guion Radiofónico: la parrilla de programación nacional y su adaptación Para la plaza Celaya	44
3.7 Operación y Funcionamiento de la Frecuencia Naranja EXA FM Celaya	48
3.8 Evolución del concepto EXA	50
3.9 “EXA CONCIERTO”, el evento anual más importante de la cadena MVS a nivel nacional	54
3.10 Adaptación del EXA CONCIERTO para la plaza Celaya	56
3.11 Venta de espacios al aire: Spots comerciales	60
3.12 Puntos importantes por los cuales EXA se mantiene como la gran cadena pop de hablahispana	68
3.13 Programación de EXA FM Ciudad de México	71
3.14 Programación EXA Celaya	75
3.15 Programas nacionales adaptados a la parrilla de programación de EXA 104.5 Celaya	77

Conclusión

Bibliografía

INTRODUCCIÓN

A través de esta tesina plasmo las experiencias vividas como locutora de la estación EXA Celaya siendo testigo de los cambios que sufrió la frecuencia 104.5 FM. Desde el primer momento que me acerque a la empresa TVR Comunicaciones me facilitaron el acceso a los micrófonos primero como reportera del noticiero Entorno Informativo; parte clave de mi desarrollo como comunicóloga y como líder de opinión. Gracias a esa experiencia adquirí el aprendizaje necesario y el valor para hablar frente a un micrófono con toda la responsabilidad que eso conlleva y finalmente logré ganar mi plaza como locutora y así, mi espacio en cabina. Comencé como locutora suplente durante un mes en Digital 104.5, gracias a esta oportunidad de trabajo aprendí como se manejaba una consola, como es que se operaba una cabina de radio, y el trabajo interno que se tiene que realizar para poder transmitir un programa de radio de calidad y personalizado, ya que cada locutor le da ese toque especial a su espacio radiofónico tanto con su voz como en contenido. Considero que la empresa TVR Comunicaciones ha sido parte fundamental del desarrollo de Celaya Guanajuato, logro romper mitos y rebaso fronteras consolidándose como una gran empresa celayense.

En el año 2006 entre a base, es decir, me otorgaron un horario específico en cabina y un turno que en ese tiempo fue el de 8:00 pm a 1:00 am. Al pasar los años recorrí los turnos matutino y vespertino notando que cada uno era diferente tanto en estructura musical como en radioescuchas.

A un mes de mi llegada y terminando mi tiempo de suplencia, la empresa TVR Comunicaciones adoptó el concepto radiofónico EXA, perteneciente a la cadena MVS Radio. La Familia Ramos Olivares y el programador en turno Iván López creyeron en mí y me dieron la oportunidad de arrancar con el horario estelar en el turno matutino. Como locutora fue un gran reto ya que tenía muy poco tiempo de estar en cabina sin embargo me propuse firmemente cumplir

con la tarea y aprender del nuevo concepto ahora adaptado a la ciudad de Celaya.

Las impresiones que me quedaron al trabajar en esta empresa es que los celayenses están convencidos que gran parte del desarrollo que hubo en Celaya fue por la aparición de un medio de comunicación positivo que marco el antes y el después en nuestra ciudad, creciendo al ritmo de la misma cubrieron las necesidades del radioescucha, año con año se actualizaron, se modernizaron y avanzaron demostrando porque llevan más de 50 años entreteniéndolo e informando a la ciudadanía.

Considero que a pesar de las nuevas tecnologías que van surgiendo día con día, la radio sigue permaneciendo en el gusto de la gente; considerada por algunos como la fábrica de sueños. Esta fábrica sigue con vigencia, sigue viva y más fuerte que nunca. La radio tiene una gran esencia, la gente cree lo que se dice en ella, es una cosa que la radio se ha ganado. La sociedad se ha acompañado de este medio desde sus inicios; se ha convertido en su aliada: firme y verídica.

Sin embargo la empresa TVR Comunicaciones y la frecuencia 104.5 EXA como hoy las conocemos, tuvieron que pasar por un proceso largo para poder prevalecer pese a todos los pronósticos y sobre todo a las nuevas tecnologías que poco a poco pretenden sustituir a medios tan nobles como el de la radio.

Esta es la historia de los inicios de la radio en nuestra ciudad pasando por la historia de la empresa y culminando con el éxito de la adaptación de un formato nacional a radio local, contado por Iris Vázquez “La PrincEXA” que vivió cada experiencia de cambio, creció profesionalmente y aprendió a sentir respeto por un micrófono al convertirse en locutora de EXA 104.5 Celaya.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES DE TVR COMUNICACIONES

1.1 Inicios de la radio en Celaya Guanajuato

El primer registro que se tiene de una estación de radio en la ciudad de Celaya es la XEJT, radiodifusora que pasó a manos de la empresa Nieto y Compañía.

En 1942 se convirtió en la XENC, indicando con sus últimas iniciales las siglas de los nombres de los dueños.

El 13 de Septiembre de 1952, nace la XEY conocida por los radioescuchas como la Y, esta emisora estaba a cargo del Sr. Rafael Zamarrón Arroyo.

La estación transmitía desde la Calzada Independencia, en la planta alta de lo que un día fue el Cine Encanto.

La Y transmitía con 1000 watts de potencia aunque con poco personal ya que no se contaba ni con el presupuesto ni con los conocimientos como para transmitir en de manera formal, sin embargo esto no fue un impedimento para que la estación arrancara con una programación.

La programación de la estación estaba constituida en su mayoría por programas grabados que llegaban de la ciudad de México en discos previamente grabados y su duración era solamente de 15 minutos por programa y el contenido de los mismos eran las composiciones de artistas de la época como Pedro Vargas y el inmortal Pedro Infante.

También incluía dentro de su programación, el tan famoso Teatro Estudio que era un programa en vivo que presentaba artistas, cantantes, compositores, concursos, etc. Y buscaba el deleite de los asistentes a la sala que constaba de un grupo de alrededor de 300 personas.

En 1962 Rafael Zamarrón compra la XENC y trabaja con el mismo sistema que la ya posicionada Y.

Las dos emisoras compartían instalaciones que estaban ubicadas en la calle Tres Guerras. Guillermo Zamarrón Suárez toma cargo de la nueva estación como Gerente de la XENC.

La emisora XENC fue la primera estación en Celaya en transmitir un partido de fútbol de la primera división nacional a otras partes de la República Mexicana así como también juegos de beisbol. A tres años de entrar al aire, la estación logro tomar forma y se posiciono en el primer lugar del gusto de los radioescuchas de la época.

El 14 de Abril de 1978 surge en Celaya la primera radiodifusora cultural de la ciudad la XEITC, mejor conocida como Radio Tecnológico de Celaya.

En 1985 Celaya contaba con siete emisoras de AM. El 21 de Marzo de 1986 surge Corporación Celaya de Radiodifusión, que dependía de Corporación Mexicana de Radiodifusión.

Corporación Celaya Radio contaba hasta entonces con dos concesiones: Radio Fiesta; XECEL que transmitía por la 950 de AM y El y Ella; XHCGT que transmitía por el 107.5 de FM.

1.2 Origen de la empresa Teleradio Regional

Durante la década de los noventa Celaya contaba con tres grupos de radio: Grupo ACIR que en realidad eran emisoras afiliadas, René Olivares Gascón era el principal empresario y contaba con las emisoras XEFG, XERE-XHRE, XEOF Y XEZN-XHZN.

La segunda empresa era Radiodifusión Corporativa de Celaya, Jesús San MARTÍN Briones era su director y manejaban las emisoras XEY, XENC Y XEAF.

Corporación Mexicana de Radio Difusión, era la tercera y contaba con dos emisoras la XECEL Y XHCGT, Enrique Bernal Servin estaba a la cabeza de este grupo.

A finales de los noventa el empresario René Olivares obtiene concesiones para operar sistemas de televisión por cable en varios municipios de los estados de Querétaro y Guanajuato y en el mismo periodo de tiempo se disuelve la sociedad con Grupo ACIR creando la empresa TELERADIO REGIONAL que tenía tres emisoras XEZN-XHZN, XEFG Y XEOF.¹

¹Entrevista realizada al Lic. Marco Antonio Valencia Gutiérrez, Secretario General del Sindicato de la Industria de la Radio y Televisión, sección Celaya (STIRT) y Secretario de Trabajo del STIRT Nacional. 2013.

1.3 Creación de Teleradio Regional

Hace más de 50 años el hombre visionario de las telecomunicaciones, el Ingeniero Humberto René Olivares Gascón tuvo la inquietud de introducir a Celaya Guanajuato uno de los medios de comunicación que se encontraba en pleno apogeo por aquellos tiempos: La Radio. El Ingeniero Don René; como lo conocían en la ciudad, contaba con una gran experiencia misma que adquirió al trabajar en Telesistema Mexicano, incluso fue alumno del Ingeniero Guillermo González Camarena, el precursor de la televisión a color y culminó sus estudios en Ingeniería en Telecomunicaciones en el Capitol Engineering Works de la ciudad de Los Ángeles, California. A su llegada a Celaya noto que había grandes oportunidades para instalar una radiodifusora y decidió buscar una concesión lo más pronto posible y aprovechando la amistad que llevaba con Emilio Velasco, que en ese entonces fungía como director de concesiones y permisos, busco la manera de obtener su propia concesión y de esta manera arrancar la primera estación de radio en la ciudad.



Poco a poco se encargó de que su sueño se convirtiera en realidad, sin embargo no fue un proceso sencillo y los resultados no fueron inmediatos ya

que los trámites en la Secretaría de Comunicaciones eran muy tardados debido a la falta de tecnología.

En medio de todo este proceso el Ingeniero Humberto René Olivares Gascón empezaba otra etapa muy importante en su vida, contrajo matrimonio con la Sra. AnaMaría Ramos Morín el 5 de Diciembre de 1959. Juntos habían decidido echar a andar el proyecto de la radiodifusora, idea del Ingeniero. No obstante la inversión para la estación de radio era muy alta y ellos apenas comenzaban como familia y como socios y no contaban con la cantidad requerida para obtener la tan anhelada concesión.

De todas formas lucharon por una concesión radiofónica, hecho que se convirtió en realidad al inaugurar el 22 de junio de 1963 Señal 84 Radio Juventud, XEFG. Transmitía desde el edificio Salgado, justo en frente de la torre hidráulica de Celaya y operaba en sus inicios con 1000 watts de potencia en los 840 kilociclos de la amplitud modulada.



Guadalupe Rubio, Víctor Pérez Pulido, Joaquín San Román, Alfonso Ramos Rangel entre otros, durante la instalación de la caseta de XEFG

La segunda etapa del proyecto consistía en adquirir el equipo radiofónico. Esto significaba otro problema porque para poder organizar de manera rápida la estación de radio necesitaban; obviamente, el equipo necesario para que funcionara y en aquel entonces estaba prohibido operar con equipo extranjero, por lo que los Olivares tuvieron que empezar con aparatos seminuevos que fallaban una vez por día.

El Ingeniero René Olivares decide entonces tomar la batuta del proyecto. Lograron hacerse de varios clientes, los primeros en creer en el proyecto fueron las Farmacias La Reforma (Ahora Farmacia Herrera) y emprendieron el viaje.

La etapa final era la más importante de todas, sin este pilar se caería todo lo que hasta ese momento se había logrado, lo imprescindible eran los locutores. Pero ¿cómo conseguirlos si en Celaya el medio era completamente nuevo? Al principio y tomando en cuenta todos los problemas con los que comenzaron, decidieron empezar las transmisiones apoyados de la voz de locutores consolidados en la Ciudad de México. Obviamente estas personas contaban con la experiencia en radio que no se tenía en Celaya Guanajuato, ya que no había profesionales de la locución debido a la falta del medio y no se contaba con expertos en la materia al ser este ajeno a la ciudad.

Sergio Olivares el hermano del Ingenio René Olivares tuvo la oportunidad de iniciar con la televisión en México, así que contaba con experiencia en medios de comunicación. Además, fue de los primeros locutores al aire, por lo tanto estaba familiarizado con la radio en su totalidad. El Ingeniero René Olivares también estuvo trabajando en RADIO 620 antes de casarse y tenían nexos y conexos con grandes locutores en aquel momento en México. José Luis Almada fue uno de ellos. Se dieron a la tarea entonces de contratar locutores reconocidos como Jorge Navarrete y Paco Regalado.

Poco a poco empezaron a llegar otros locutores nuevos y de la zona interesados en aprender y empaparse de los maestros que ahora se encontraban en la localidad.

Entendieron la importancia de contar con gente joven y fresca, y decidieron darles una oportunidad de ser parte de uno de los medios de comunicación con más fuerza y arrancar así la planilla con Celayenses.

Un dato interesante para agregar es el hecho de que la XEFG arranco transmisiones con la primera voz femenina del estado de Guanajuato, la de la locutora Leonor Aguilar.²



El locutor Jorge Navarrete, el Ing. Antonio Chorán, René Olivares, el locutor Sr. Zarate Rentería entre otros.

² Entrevista realizada en el año 2013 a la Señora Anita Ramos de Olivares, Directora General de TVR Comunicaciones.

1.4 “Señal 84”, Primer estación radiofónica de grupo Teleradio Regional

La primera estación nace el 22 de Junio de 1963, como Señal 84 con sus siglas XEFG en el 840 de AM y durante los primeros 15 años se adaptaron al formato que se utilizaba a nivel nacional, pero poco a poco Señal 84 encontraría su identidad.



Ana María Ramos y Sergio Olivares Gascón en la instalación de la caseta de XEFG

La inauguración fue un evento muy importante dentro de la ciudad, conto con grandes artistas como Lucha Villa, Los Violines de Fontana, el Güero Carreón y otros más.

Fue una apertura sin precedentes todos estaban muy contentos porque era un esfuerzo de la familia pero una recompensa para la gente de Celaya.



Sergio Olivares Gascón, el Presidente Municipal Antonio Chaurand Yepes y Alfredo Olivares González en la Inauguración de XEFG

Posteriormente Señal 84 se convierte en Radio Juventud y transmite así durante más de 35 años.



Amelia Gascón de Olivares, René Olivares Gascón, Excmo. Sr. Obispo Victorino Álvarez Tena, el Sr. Cura Márquez y Sergio Olivares Gascón en la inauguración de XEFG

1.5 Inicia transmisiones “Señal 84”

El horario que se definió para la estación “Radio Juventud” fue de las 6 de la mañana a las 12 de la noche; convirtiéndose así en la primera emisora juvenil ya que todas las existentes estaban dirigidas a un auditorio para gente mayor.



Primeras transmisiones de la cabina de SEÑAL 84

Moisés Ramírez, estuvo a cargo del departamento de programación de la XEFG durante 30 años, fue uno de los iniciadores de Radio Juventud y para celebrar esos 30 años de la XEFG se llevó a cabo un concierto con el grupo de rock Argentino “Los Enanitos Verdes”.

Algunos años después decidieron renombrarla como “Radio Juventud, Señal 84”. La estación XEFG llegaba con una claridad a Morelia, Querétaro e Irapuato.



El entonces Gobernador del Estado de Guanajuato Lic. Manuel M. Moreno en una entrevista para SEÑAL 84



El Presidente Municipal Antonio Chaurán Huerta y Sergio Olivares en una de las primeras entrevistas en los micrófonos de XEFG

1.6 Adquisición de la Frecuencia 740 AM

Tiempo después con experiencia ya adquirida consiguen otras concesiones como la XEOF, cuya torre de transmisiones se ubicaba entre los límites de los municipios de Celaya y Cortázar.

El día 04 de Julio de 1967 arranco por primera vez la frecuencia 740 AM, con sus siglas XEOF y con una barra musical Folklórica. Sin embargo con los años y debido a la búsqueda de la aceptación del radioescucha, esta frecuencia cambio de género en varias ocasiones.³



Inauguración de las oficinas



³Entrevista realizada a Ismael Isauro, Locutor y programador de Radio Juventud 101.9 FM, Grupo TVR Comunicaciones.

CAPÍTULO II

TRANSICIÓN DE TELERADIO REGIONAL A TVR COMUNICACIONES

2.1 Evolución de Teleradio Regional

Los cambios que ha tenido la empresa desde 1960 hasta la fecha son notorios, de manera general se han mantenido actualizados tanto operativamente como en contenidos. La radio ha experimentado desarrollos tecnológicos a través de los años, entre otros el uso de la banda de Frecuencia Modulada a partir de los años cincuenta, la conducción de las señales radiofónicas a través de satélites, y el surgimiento de la radio digital, considerada como la radio del futuro.



Familia Olivares posando con un nuevo transmisor

La cabina de radio es el elemento principal de la estación de radio, el corazón por así decirlo. Desde ahí, se transmitirían en vivo los diferentes programas radiofónicos con los que contaba la empresa. Por eso era de suma importancia considerar todos los instrumentos y todas las tecnologías conocidas en ese entonces y adoptarlas para brindar al radioescucha una nitidez y una perfección que solamente encontraban en la capital del país.

El estudio de radio ha de disponer de un perfecto aislamiento acústico que impida la recepción de sonidos precedentes de exterior. Debe estar situado en lugares que no reciban vibraciones producidas por el paso de vehículos pesados. En ocasiones, se emplean pavimentos flotantes para disminuir al mínimo las vibraciones y sonidos exteriores.

Las paredes, techo y suelo del estudio han de revestirse con elementos aislantes, moquetas, alfombras, etc., para eliminar las molestas resonancias y reverberaciones del sonido. La puerta de entrada ha de ser maciza y debe garantizar un cierre hermético.⁴

Los instrumentos de trabajo con los que contaban en un principio eran muy diferentes a los de ahora.

Antes todos los aparatos eran muy grandes y excesivamente estorbosos y lo más importante: no existía el internet. Las noticias a nivel mundial que ahora se encuentran a tan solo un click de distancia, anteriormente llegaban por medio de tele-equipo, las cabinas operaban con cartuchos que se usaban para programar la música y los básicos eran los discos LP y los acetatos.

⁴MARTÍNEZ ABADÍA, José. "Introducción a la tecnología audiovisual: televisión, video, radio". Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona, España 1997. P. 240-241



Moisés Galván Miranda en la discoteca de XEFG

Con el paso del tiempo llegaron los casetes y con ellos una nueva forma de trabajar que no era menos complicada pero si más accesible aunque aún se seguía operando sobre una consola que medía casi 3 metros.

Los locutores se denominaban así mismos como “pulpos”, pues ellos eran los que ponían los fondos musicales, leían los textos, grababan esos spots en discos de acetato para después ponerlos al aire.



El personal en la producción de los promocionales o comerciales en la cabina de grabación de SEÑAL 84

Llega una propuesta diferente a las puertas de Teleradio. Al ingeniero le ofrecen la frecuencia XHOZ, que en ese momento pertenecía a Emilio Nassar de Grupo Multimundo justo cuando ellos habían adquirido previamente la frecuencia 94.7 AM. Lo que le llamaba la atención de esta propuesta era que la frecuencia OZ operaba solo en FM algo con lo que todavía no estaba familiarizada la sociedad, pues la frecuencia más popular era la AM. Siendo un visionario acepto un intercambio de estaciones y comienza la era FM.

Debido al desarrollo que la empresa adquiere con el tiempo deciden que es momento de adquirir un espacio más grande y adquieren un terreno en el Boulevard Adolfo López Mateos No 1117 Oriente, donde edificaron TELERADIO REGIONAL S.A de C.V esta vez adecuándose a las nuevas necesidades de su creciente empresa.

Comenzaron con la prioridad de la construcción de 3 cabinas que eran las frecuencias que a la fecha ya estaban operando.

Buscando actualizarse siempre observaron el entorno y descubrieron el incremento de jóvenes que escuchaban radio y decidieron que la música pop sería el concepto que manejaría esta nueva adquisición además necesitaban competir con otras radiodifusoras que ya empezaban a dirigirse a este target en específico y adoptan el concepto de música POP. Para el año de 1994 inician transmisiones en el 780 de AM y 104.5 FM como STEREO DIGITAL que al igual que sus estaciones hermanas sentiría los cambios constantes al avanzar el tiempo.⁵

2.2 Teleradio Regional se convierte en TVR Comunicaciones

Para el año 2009 tuvieron que cambiar de razón social pues al momento de haberse registrado el nombre ya existía y debían tomar la decisión de defender el nombre y enfrentarse de manera legal o simplemente cambiarlo y seguir adelante así que después de varias juntas, de encuestas y análisis de posición de marca deciden que partir del mes de febrero del 2010 cambian de TELERADIO a “TVR Comunicaciones”, nombre con el que a la fecha se mantiene.



⁵Entrevista realizada a la Licenciada Beatriz Olivares Ramos, Directora Operativa y Relaciones Públicas de TVR Comunicaciones.

El logotipo también se modificó. Colocaron tres círculos en forma horizontal con los colores verde, rojo, azul y debajo de cada círculo aparecen las letras TVR. Se decidió que este fuera el nuevo logo pensando en los círculos como la perfección, complemento total de una empresa. Para la Radiodifusora, el círculo a su vez representa también una organización o club que reúne a un grupo de personas con intereses en común, en este caso todo el equipo de TVR comunicaciones.



Luego de más de 45 años de ser una empresa reconocida por el nombre de TELERADIO, fue de vital importancia dar a conocer de una manera estratégica el nuevo nombre de la empresa TVR Comunicaciones por lo que se realizó una campaña para el cambio del nombre del corporativo.



El nombre de la empresa entro en vigor el 1 de Febrero del 2010, por lo que se utilizó el mes de Enero del 2010 para dar paso al cambio de nombre aprovechando los festejos del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución.



La campaña tenía como finalidad ir dando a conocer al público dicho cambio de nombre de tal manera que el público asociara que TELERADIO ahora sería TVR Comunicaciones y no se pensara que TVR Comunicaciones era una nueva empresa, por lo que de manera estratégica la campaña se dividió en 4 etapas a lo largo del mes de enero, cada una de ellas con frases específicas para coordinar la campaña auditiva, visual y al aire por medio de los locutores de las estaciones.

2.3 Cambios en TVR Comunicaciones

Para el año 2012 se actualizan con nuevos transmisores, remodelación tanto en oficinas como en cabinas y hasta colocan su antena de transmisión dentro del edificio marcando la diferencia con las otras radiodifusoras que operan con su planta transmisora fuera de la ciudad.

Conforme avanza el tiempo la empresa tuvo que irse modernizando y acomodando al cambio generacional. Las modificaciones no se hicieron esperar y fueron las siguientes:

Radio Juventud cambia en 1995 de manera radical, y adoptan el formato grupero así se convierte en La Pachanga 840 con 5 mil watts de potencia y resulta ser la estación grupera líder en el cuadrante pues ofrece una gran variedad de música grupera, norteña y de banda así como también programas deportivos y de concurso.



Esta estación fue la que menos sufrió cambios por más de 10 años pero el 14 de Marzo del 2011 se une a la Frecuencia Modulada y opera en combo transmitiendo en FM por el 89.1.



En el año del 2012 se transformó en el mejor concepto grupero del país “La Mejor FM”



“XEOF”, tiempo adelante cambio de concepto y de nombre y buscando el gusto del público se transforma en “Stereo Carnaval” y “OF Mexicana”, finalmente llega un concepto importante llamado “Romántica”, que transmitía en el 740 de Amplitud Modulada con 5 mil watts de potencia y estaba dirigida a adultos contemporáneos, ofreciendo música romántica de catálogo en español de finales de los años 70’s y hasta nuestros días.



Sin embargo el paso del tiempo y el cambio de gustos los obliga a buscar actualizarse y nace en el mes de abril del 2011 “HIT 101.9” uniéndose a la era de la digitalización en FM su programación se basaba en un concepto musical de 70s, 80s y 90s en música rock y pop en inglés 70% y en español un 30% y compite así con otras radiodifusoras que ya manejaban el concepto.



Sin embargo para el año 2014 hay un nuevo movimiento, aunque no definitivo y en el que se ponen las expectativas y la mira hacia una renovación completa de la estación y se adquiere el primer concepto de MVS Radio “Stereo Rey” comenzando así una nueva era para la frecuencia 101.9.



Después de algunos años XHZN Stereo Digital se convierte en “Digital 104.5” y arranca en 1994 con la frecuencia en combo.



Transmitía simultáneamente por las dos frecuencias 104.5 en Frecuencia Modulada y por 780 en Amplitud Modulada, con 10 mil watts de potencia y estaba dirigida a un target entre 15 y 45 años de edad de un nivel socioeconómico medio y alto, ya que su programación contaba con música pop en inglés y español.



Con la idea de llegar al gusto de los jóvenes celayenses siguió enfocándose en la música pop. En el año 2007 , el 1 de Junio inicia transmisiones como EXA 104.5 Celaya, formato radiofónico de música juvenil con los éxitos del momento en español e inglés y que desde el año 2000 se había convertido en una marca nacional consolidada por MVS Radio.



Todo el trabajo del Ingeniero René Olivares se vio reflejado en TELERADIO, hoy en día ha evolucionado a grupo TVR COMUNICACIONES.

TVR Comunicaciones ha realizado un trabajo profesional comprometido con la sociedad. Los Olivares Ramos han hecho historia en la radio.

Por ejemplo: Radio Tecnológico nació gracias al equipo donado por Radio Juventud, convirtiéndose en la primera estación del sistema de tecnológicos a nivel nacional, la cual fue impulsado por don René Olivares.

2.4 Misión, Visión y Valores de TVR Comunicaciones

La radio sigue siendo uno de los medios más importante para la publicidad, sigue permaneciendo, a pesar de las nuevas tecnologías que van surgiendo sigue manteniendo esa vigencia. La radio tiene una gran esencia, la gente cree lo que se dice en ella, es una cosa que la radio se ha ganado.

En el campo la gente escucha radio, en las comunidades es muy popular y en las oficinas o los empleados se acompañan de la voz fiel de su locutor favorito y

establecimientos comerciales, negocios, etc. confían en la radio para llegar a su clientela. El ser humano requiere del contacto con otros y por eso el gusto por sentirse acompañado por la voz de los locutores y el suave ritmo de la música. La gente no se siente sola cuando se acompaña de la radio.

MISIÓN

Comunicar participando activamente en todos los ámbitos de la sociedad, así como en el servicio social y en el desarrollo económico en nuestro entorno, como entretener, divertir e informar a nuestro público y clientes.

VISIÓN

Hacer de la radio y la televisión un medio digno y objetivo de información servicio y entretenimiento para lograr en nuestros radio escuchas un desarrollo integral a través de sus oídos y su vista consolidándonos así como la radio número uno en la región.

VALORES⁶

- Profesionalismo
- Honestidad
- Compromiso
- Servicio a la comunidad
- Creatividad
- Objetividad
- Imparcialidad

⁶<http://www.tvrcomunicaciones.com.mx/inicio/index.php/2016-10-25-23-52-19/mision-vision-y-valores>

Para grupo Teleradio es de suma importancia ofrecerle a sus clientes y publico un servicio de primer nivel un servicio de calidad además de servir a la sociedad a través de la implementación de campañas altruistas, y de concientización que se llevan a lo largo de todo el año, tratando de resaltar diariamente a los radioescuchas, los valores morales, el servicio a la comunidad y la sana diversión, Aunado a todo esto Teleradio busca fomentar la tradiciones, y la cultura en Celaya y la región.⁷

TVR Comunicaciones por ser una empresa familiar tiene aún más presente sus valores, el sentido a servir de forma desinteresada a favor de la sociedad.

⁷ Entrevista realiza al Director General de TVR Comunicaciones; Ingeniero Alejandro Olivares Ramos.

CAPÍTULO III

ADAPTACIÓN DEL CONCEPTO RADIOFÓNICO “EXA” PARA UNA PLAZA LOCAL, CASO ESPECÍFICO: CELAYA

3.1 Historia de EXA FM

Debemos recordar que el concepto EXA pertenece a MVS Radio, quienes ocupan la posición como uno de los Grupos más grandes, relevantes e influyentes de la industria de la radiodifusión en la República Mexicana. Su forma de hacer y entender la radio en la actualidad para ocupar esta posición en el mercado se ha logrado gracias al desarrollo de conceptos definidos en sus formatos, los grandes aciertos que se han realizado en la selección de talentos y la pauta que se ha marcado frente a los competidores.

Esto se ha traducido en beneficios directos y tangibles para los radioescuchas recibiendo la más alta calidad a través de cada una de las emisoras del Grupo, mientras que los anunciantes han encontrado en MVS Radio a lo largo de los años un medio de comunicación que refuerza la confianza en sus inversiones ofreciéndoles las mejores opciones del cuadrante y un amplio abanico en la segmentación de mercados.

MVS Radio cuenta con 4 cadenas de radio (EXA FM, La Mejor FM, FM Globo y Noticias MVS 102.5) ofreciendo una programación variada que se adapta a cada perfil, gustos y preferencias de los radioescuchas posicionándose como un medio de contenidos relevantes y actuales.⁸

⁸http://www.mvsradio.com/compania_nosotros

EXA FM es la cadena de radio en la que nos enfocamos en este escrito y en la forma en que llegó directamente a nuestra ciudad Celaya Guanajuato y para ser más específicos a la empresa TVR Comunicaciones.

En 1999 dada a la asociación de MVS Radio con Grupo Imagen, MVS decide cambiar el formato de la cadena FM Globo a Pulsar FM. En varias ciudades se lanzó la estación con transmisiones con locutores en vivo por varios días, unidades móviles y obsequios.

En el 2000, tras el rompimiento de la alianza entre MVS Radio y Grupo Imagen, MVS Radio decide reemplazar las estaciones de Pulsar FM por Exa FM. Este cambio recibió una promoción similar a la del lanzamiento de Pulsar FM.

Exa FM está presente en la mayoría de las ciudades de la República Mexicana. El 2008 Fue un año importante para Exa FM, ya que vinieron los grandes cambios en los formatos y fueron en algunas plazas pilotos donde se realizaba este cambio. Aunque el formato musical seguía intacto.

En junio de 2009 Exa FM anuncia su etapa de evolución y había rumores de que Exa se convertiría en una radio 100% de reggaetón. Otro rumor decía que se convertiría en una radio de estéreo comprimido (es decir, de éxitos en inglés y español).

El día 15 de junio de 2009 ningún programa de Exa FM entró Al Aire, y comenzaron a transmitirse promocionales que decían "Exa FM esta fuera de control". Durante todo el día se transmitió música continua, intercambiando géneros musicales de un momento a otro.

No obstante continúa la programación de música pop en inglés y español. El 17 de junio la estación retorna a su programación habitual, mas no por completo.

El 18 de junio de 2009 Exa FM da a conocer su renovación, y se adicionan a la programación de música pop algunos géneros como electrónica, rock en inglés, entre otros. Además cambia completamente su imagen y estrena un nuevo logotipo.

Exa FM ha tenido muchos programas y patrocinios de los reality shows como Big Brother, Buscando a "La Nueva Banda Timbiriche", La Nueva Academia.⁹

Lemas

2000 - La evolución exacta

2000 - La música exacta

2001 - Estamos en todas partes

2002 - ¡Ponle!

2003 - Exagera

2005 - Síguenos... en todas partes

2006 - 6 años cerca de ti

2006 - Ponte Exa

2007 - La Gran Cadena Pop De MVS Radio.... Ponte Exa

2008 - Ponte La Primera

2008 - La Más Grande Generadora De Éxitos

2008 - La Primera En éxitos

2009 - Como quieras, Ponte Exa

2011 - Sobre Todas Las Cosas Ponte Exa

2012 – En todas partes Ponte Exa

⁹https://es.wikipedia.org/wiki/MVS_Radio

Actualmente MVS Radio cubre la geografía de la República Mexicana, el sur de Estados Unidos (San Diego CA, El paso Texas), Centroamérica (Guatemala, Honduras, El Salvador, Costa Rica, Panamá) y Sudamérica (Ecuador), logrando de esta forma expandir su territorio a otros países gracias a la calidad que ha ofrecido a sus radioescuchas.¹⁰



¹⁰http://www.mvsradio.com/sites/default/files/MVS_RADIO_SEPTIEMBRE_2014.jpg

3.2 Concepto y Target EXA

CONCEPTO: Música, Entretenimiento, Noticias, Novedades.

EXA FM es el concepto radial de mayor penetración en el mercado juvenil. La música pop en español e inglés que diariamente se programa, sumada a los espectáculos, eventos y promociones, con el ancla por la que millones quedan atrapados en la frecuencia exacta.

Considerada la cadena con mayor crecimiento en Latinoamérica, surge en el año 2000 con 5 estaciones en el país, actualmente cuenta con estaciones pertenecientes al Grupo MVS Radio, así como por estaciones afiliadas con presencia en México y en otros países.

La cadena EXA está formada por 57 estaciones en las ciudades más importantes de la República Mexicana y con presencia en 8 (México, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, Costa Rica, Ecuador, Panamá y El Salvador) llegando a más de 95 millones de radioescuchas.¹¹

EXA busca la identificación con el público a través de la música tanto en inglés como en español, a través del recuento de éxitos, al brindar más espacio a la música dentro de su programación.

TARGET 40% Hombres
 60% Mujeres

Edades: 25 a 34 años

Nivel Socioeconómico: A/B/C

¹¹<http://www.mvs.com/radio.divisiones.6>

3.3 TVR Comunicaciones adopta el concepto EXA

El lunes 1 de agosto de 1977 se anuncia el nacimiento de un nuevo grupo radiofónico en Querétaro que fusionaría los conceptos de Grupo ACIR, Núcleo Radio centro Queretano (Corporación Mexicana de Radiodifusión) y el grupo Fresas de la Alegría (hoy Radio Grupo Antonio Contreras), la finalidad original era realizar una alianza estratégica a fin de crear una agencia de publicidad radiofónica para unificar criterios y manejar tarifas justas para todos.

Para principios de 1982 la XHOZ-FM La Super Estrella 94.7 FM propiedad del ingeniero René Olivares se afilia al grupo, eran entonces 7 emisoras las que transmitían desde este grupo.

Para 1985 con la llegada del señor Jaime Díaz de Sandi nace Grupo ACIR Querétaro, lo que da origen a la separación de algunas emisoras.

En 1995 se inicia una alianza con emisoras de Celaya. En abril de 1996 la XHOZ-FM Stereo Digital 94.7 FM es vendida por el Ing. René Olivares, -quien además separa sus emisoras XEFG-AM Radio Juventud y XEOF-AM Estereo Carnaval de Grupo ACIR Celaya- por lo que dicha emisora es adquirida por este grupo. Después XHOZ-FM sería conocida como Stereo 94.7 FM. El concepto de Stereo Digital se mudaría a la ciudad de Celaya Guanajuato a las emisoras XHZN-FM 99.3 FM y XEZN 780 AM.

Con la señal XHZN trabajando en combo, es decir, con la posibilidad de transmitir en AM como en FM, TVR comunicaciones busca el concepto perfecto para su estación y pone el ojo en la cadena nacional de MVS Radio EXA, pero los dueños de la franquicia EXA era Grupo Multimundo de Emilio Nassar Hasse con la frecuencia 105.9 XHMIG-FM San Miguel de Allende. De igual manera contaban con la franquicia de Querétaro y Torreón

Por razones personales Emilio Nassar vende algunas frecuencias.

En el año 2007, la XHOZ-FM Exa 94.7 FM, XHMIG-FM Exa 105.9 FM y XHEN-FM Kiss100.3 FM pasan a formar parte de Grupo Imagen de esta manera el concepto EXA queda libre.

La Familia Olivares entro en pláticas dos o tres meses antes de que se llegara a un acuerdo y el 1 de Junio del 2007 inicia transmisiones con el formato EXA.

Una de las principales razones por la que la familia Olivares buscaba el cambio era por todos los beneficios que traía consigo el proyecto EXA.

El apoyo nacional es invaluable y la imagen es internacional además se hacía presente en diferentes programas televisivos con corte de entretenimiento como: Big Brother, La Nueva Banda Timbiriche, La Academia, Conciertos, Exclusivas.

Todo esto representaba una gran ventaja en comparación con la competencia, ya que los clientes disfrutaron de automáticamente de toda la imagen que se le proporcionaría a su producto o negocio, inclusive fueron ellos mismos los que se acercaron con el cambio y se unieron algunos nuevos clientes debido al peso que la estación tomaba desde el momento que adquirió el nombre EXA.

Al preparase para hacer el cambio, los dueños deciden que es lo mejor para su estación de radio; como el cambio de formato, sin embargo todos los movimientos físicos deben hacerse a través de la Secretaría de Comunicaciones y transporte como los son:

- Cambio de frecuencia
- Cambio de lugar de la estación de radio o cabina.
- Aumento de frecuencia.¹²

¹² Entrevista realizada al programador en turno de EXA FM Celaya Iván López Robles

Una vez hecho los movimientos correspondientes la empresa tuvo que adecuarse y preparase para recibir el formato. Algunos de los cambios que tuvieron que realizarse fueron los siguientes:

- Adecuar la estación al formato
- MVS Radio les otorgo un periodo de trabajo para el cambio, que consistía en hablar con todos los empleados que estarían inmersos en el nuevo proyecto y plantearles la situación para que todos estuvieran empapados de la nueva frecuencia.
- Avisar por medio de comunicados a todos los clientes el cambio de la estación.
- Realizar una pre-campaña de imagen.
- EXA realizó las nuevas vestiduras, entradas y salidas para los locutores con a voz oficial EXA. Ellos a su vez tomaron un curso en donde se les explico en qué consistía todo el concepto.
- Se escogieron los programas satélite que se incluirían en la estación.

3.4 Estructura de EXA 104.5

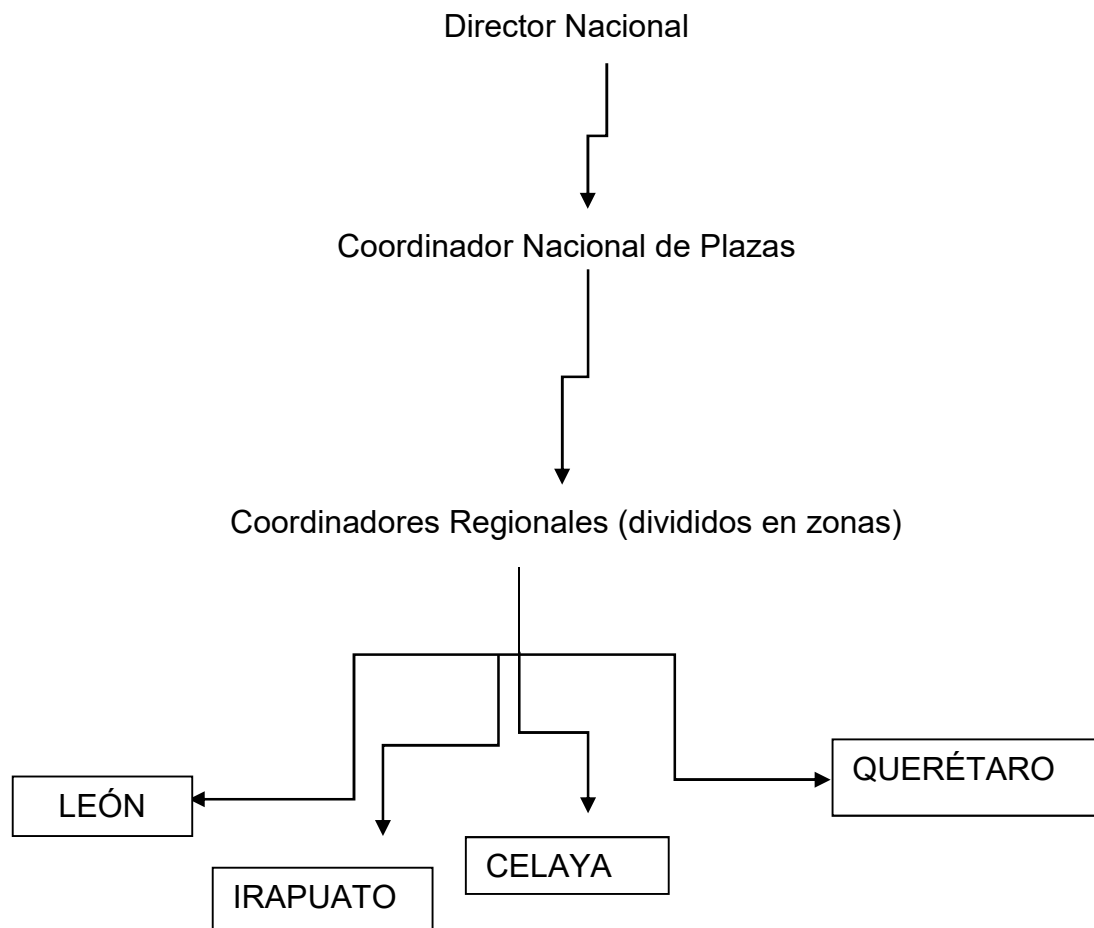
MVS Radio, dueños de la cadena EXA tienen algunos requerimientos que se deben respetar bajo cualquier criterio para que se cedan los derechos y son:

- Acoplar la programación original al formato EXA
- Tocar música juvenil
- Cumplir con las promociones, de manera que la estación siempre este vigente para sus radioescuchas.
- Manejar los programas de satélite que la cadena transmite a nivel mundial, en este punto los dueños deciden que programas integrar pero MVS Radio les exige que se transmita el programa nacional “El Exámetro”

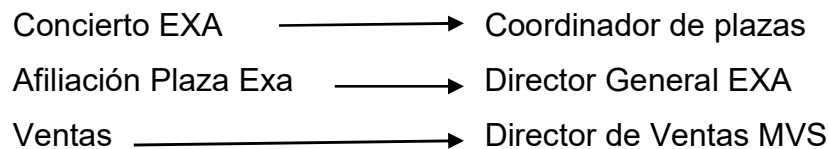
- Pagar la frecuencia de manera anual o mensual para poder transmitir con toda la imagen EXA
- Respetar logotipos, imagen, campañas, audios, ID's, vestiduras y la voz oficial EXA.

Todo esto se dirigió en conjunto con Michel Carbajillo Coordinadora de Plazas, de esta manera se planeó el arranque de EXA en Celaya.

El organigrama de MVS Radio para poder coordinar todas las plazas con las que cuenta es el siguiente:



Y para tratar asuntos particulares de cada plaza el organigrama es el siguiente:



Cada año se realiza un cotejo por parte de EXA para asegurarse que se respeten los acuerdos. Los más importantes son:

- Seguimiento y respeto de la programación que se maneja a nivel nacional.
- Transmisión del programa “El Exámetro” y los programas satélites adquiridos.
- La capacitación constante de los locutores ya que deben cumplir con el perfil de la estación.

3.5 Locutores y Programación para la cabina EXA 104. 5 FM

Como sabemos, la voz es el elemento determinante dentro de los sonidos de la radio.

Es el instrumento principal del mensaje expreso. Y por tanto, su elección puede significar el éxito o el fracaso de ese mensaje. Pero la buena elección de una voz responde también a la experiencia en el manejo de la misma por parte del locutor.

Debemos tener y manejar un conocimiento claro y certero de las características de la voz. Aquí definimos algunas:

- El tono: Mientras más armónico sea, más agradable será. Es el nivel de vibración de la voz.
- La inflexión: Elevar o disminuir la voz cuando se produce un cambio en el tono.
- El acento: Éste lo localizamos al determinar la mayor o menor intensidad en la expresión, sea en una sílaba, una palabra y también en una frase.
- La modulación: Es la transición o cambio de un tono a otro.¹³

Hay algunos aspectos básicos que deben tener todo buen locutor, y cuando se trata de ser un locutor de EXA, la improvisación tiene que dejarse de lado, claro que es fundamental para rescatar el espacio al aire en caso de que se haya hecho un comentario que pudiera tener un significado diferente para el radioescucha sin embargo la originalidad y la personalidad del locutor es la que hace la diferencia.

Para evitar estos fallos, al nuevo profesional se le exige:

- Conocimiento profundo del hecho comunicable y su relación con el entorno físico y cultural.
- Interpretación exacta de este hecho a través de un cuadro personal y social de valores y funciones.
- Ordenación de datos.
- Capacidad de síntesis.
- Capacidad de memoria y de comunicación.
- Facilidad y claridad de exposición.¹⁴

¹³ PÉREZ HERNÁNDEZ, Mario Alberto. "Prácticas Radiofónicas, Manual del Productor". Editorial Porrúa, México 1998. P. 183.

Es indispensable saber también que los elementos para transmitir en vivo son muy diferentes a los de los programas grabados. En este último la opción para corregir esta siempre latente y en un programa en vivo lo que se dice es y no hay más. No hay forma de volver atrás. Por eso hay que tomar en cuenta la sensibilidad del radioescucha, el tema del que se habla y hasta el estado de ánimo con el que se encuentre el locutor ya que de ahí parte la entonación y la importancia que se le da a la nota.

La diferencia de un programa en vivo está en el momento de la realización, lo que impide corregir errores, haciendo que la etapa de preproducción crezca en importancia, obligándonos a poner sumo cuidado en la selección de elementos y no dejar ningún hilo de producción suelto, que permita errores imposibles de corregir. Un programa en vivo exige mayor preparación en todos los sentidos.¹⁵

Además la cadencia con la que se habla y el tono de voz que se maneje le da el toque perfecto al locutor para poder tener un sello personal y que el radioescucha pueda fácilmente ubicarlo a la hora de hablar.

“Los artificios supletorios: comas, puntos, signos de admiración e interrogación, etc., son incapaces de reproducir la extensísima gama de comunicaciones o matices de ella, que hacemos pasar al interlocutor con las inflexiones de voz, su tono, acompañados también por elementos extralingüísticos como los que provienen del gesto y la actitud”¹⁶

¹⁴HAYE, Ricardo M. “**Hacia una nueva radio**”. Editorial Paidós Mexicana S.A. México, D.F. 1995. P. 55.

¹⁵“**El sonido de la radio**”. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. 1988. México, D.F. P. 186

¹⁶BARINAGA, Augusto. “**Cerca de la Comunicación. Bases idiomáticas para la cultura superior**”. Editorial Alhambra, S.A. Madrid, 1975. P. 222

Planilla de Locutores 2014-2015

5:00 a.m – 10:00 a.m – Iris Vázquez

10:00 a.m – 3:00 p.m – Mauricio Cabrera

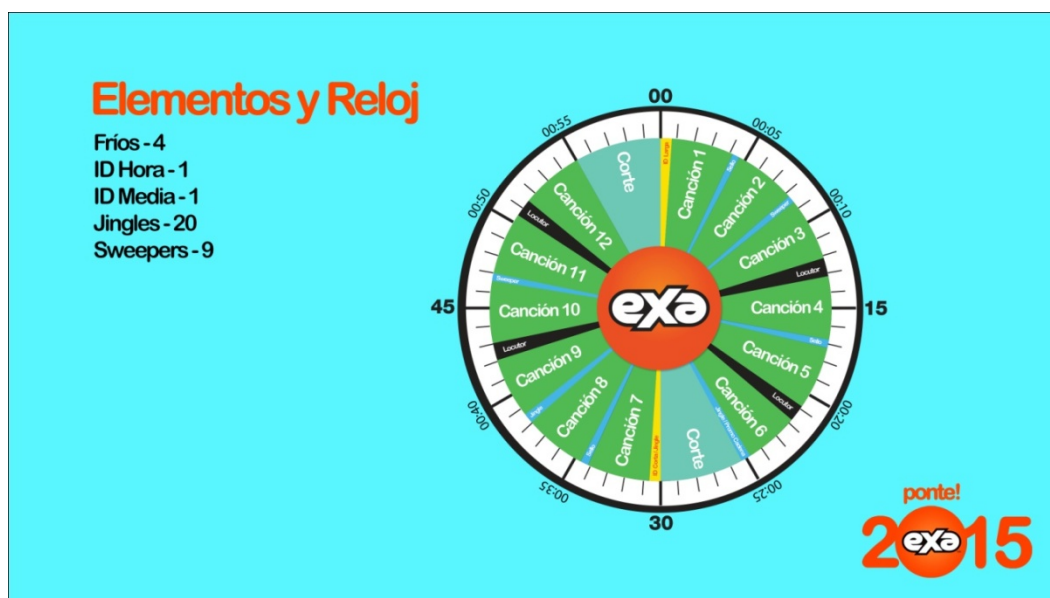
3:00 p.m - 8:00 p.m - Neto Sierra

8:00 p.m – 1:00 a.m – Cesar Cisneros

Suplente: Marlene Lara



Todos los locutores a nivel nacional y local se rigen de manera estricta por un reloj diseñado por MVS radio para coordinar las entradas al aire, el número de canciones a tocar y los comerciales, de manera que se aprovechen de la forma más efectiva los minutos de cada hora para potencializar la permanencia del radioescucha en la estación.



Las canciones, cortes y entradas de los locutores se dividen con Jingles, ID's y fríos. Aquí el significado y el uso de cada uno de ellos.

JINGLES: Es entretenido y se convierte en una trampa de memoria instantánea, un recordador, ya que incluye el nombre del producto y su repetición. Para un máximo de recordación, la música y la letra deben ser simples.¹⁷

Estos elementos se utilizan en su mayoría en ida y regreso de corte, aunque también pueden ser utilizados entre canciones.

¹⁷ TREVIÑO MARTÍNEZ, Rubén. "PUBLICIDAD Comunicación integral en marketing", McGraw-Hill/Interamericana editores, S.A de C.V. México 2000. P.351.

SWEEPERS: Este elemento separa las canciones.

ID LARGA: Es la identificación oficial de la emisora. Se coloca justo a la hora.



ID CORTA: Identificación oficial con menor duración. Se coloca a la media hora.

FRIOS / SELLOS: Este elemento se utiliza para sellar intros de canciones o entrecortes.

Los locutores están obligados a seguir una programación que de manera diaria el programador Iván López acerca a cabina con los 40 temas más tocados. EXA es una estación 40, es decir; diariamente hay que tocar ese número de canciones de los artistas más importantes a nivel nacional, internacional y artistas nuevos.

La programación es elaborada por el programador en turno, siguiendo aspectos básicos para la elaboración de la misma. Se deben tocar tres canciones seguidas, dándole prioridad a las canciones en español. Debe agregar un tema que no sea muy actual pero que haya generado cierta aceptación por el público, a este tema se le denomina canción de catálogo y puede agregar temas en inglés dependiendo el nivel de aceptación del radioescucha, en el caso Celaya, la aceptación es alta así que continuamente se programan varios temas a lo largo del día denominados Éxitos. Después de tocar los tres temas se manda a corte comercial y enseguida puede haber intervención del locutor al aire o bien regresar con un comentario después del corte.

Según los estándares de EXA, el comentario a realizar por parte del locutor no debe exceder el minuto y debe contar con contenido importante para el radioescucha, está prohibido hablar de política o religión. El locutor se debe mostrar siempre imparcial respecto a estos temas.

 		FECHA	DIA
PROGRAMACION MUSICAL XEZN-XHZN		17/01/2015	SABADO
HORA	TITULO	INTERPRETE	DISQUERA
05:00 a.m.	INICIO DE ESTACION	SOLO MUSICA	
	DISPAO AL CORAZON	RICKY MARTIN	SONY
	PASOS DE CERO	PABLO ALBORAN	WARNER
	MAKE ME DAY	AURYN	WARNER
	CORTE COMERCIAL		
	SI FUERA FACIL	MATISSE	SONY
	SIN TI NO PUEDE ESTAR TAN MAL	XIMENA SARIÑANA	WARNER
	THINKING OUT LOUD	ED SHEERAN	WARNER
	CORTE COMERCIAL		
	NUNCA DIJE	KAAY	SONY
	LIBRE YA DE AMORES	MIGUEL BOSE	WARNER
	MADRE TIERRA	CHAYANNE	SONY
	CORTE COMERCIAL		
	PRAYER INC C	LILLY WOOD	WARNER
	MUEVELO	SOFIA REYES FT. WISIN	WARNER
	AMORE MIO	THALIA	SONY
06:00 a.m.	CORTE COMERCIAL		
	HIMNO NACIONAL	HIMNO NACIONAL	
	ESTE FRIO	KALIMBA	SONY
	STUCK ON A FELLING	PRINCE ROYS FT. SNOOP DOG	SONY
	PRAY	CALVIN HARRIS FT. HAIN	SONY
	CORTE COMERCIAL		
	UPTOWN FUNK	MARK RONSON FT. BRUNO MARS	SONY
	A UN SEGUNDO DE ODIAR	ANEKA	SONY
	LET YOUR HAIR	MAGIC	SONY
	CORTE COMERCIAL		
	QUE SERA	JUSTICE CREW	SONY
	NO TEMAS CORAZON	MANDO	SONY
	STEAL MY GIRL	ONE DIRECTION	SONY
	CORTE COMERCIAL		
	TU TRAICION	YUBEILI	SONY
	CULPABLE	DAVID BISBAL	SONY
	TEMBLANDO	ANTONIO OROZCO	SONY
07:00 a.m.	MUSICA		
	BOMBO	MOONLIGHT	SONY
	AMOR PROHIBIDO	MODERATTO	SONY
	DUELE	YURI FEAT. REIK	SONY
	CORTE COMERCIAL		
	QUERIDA	JUANES FT. JUAN GABRIEL	SONY
	SIEMPRE SIEMPRE	CARLA MAURI	SONY
	ELLA	EMMANUEL	SONY
	CORTE COMERCIAL		
	SI NO TE QUISIERA	JUAN MAGAN & BELINDA	SONY
	NUNCA NUNCA	JARY	SONY
	EVERY BREAKING WAVE	U2	SONY
08:00 a.m.	IRIS VAZQUEZ AL AIRE	EXA 104.5 FM	
	THE DAYS	AVICCI & ROBBIE WILLIAMS	SONY
	CAVERNICOLAS	RICARDO ARJONA	SONY
	ANIMALS	MARRON 5	SONY
	IRIS VAZQUEZ AL AIRE		
	FASCINATION	SONUS	SONY
	LIBRE YA DE AMORES	MIGUEL BOSE	SONY
	SHAKE IT OFF	TAYLOR SWIFT	SONY

Ejemplo de programación en cabina de EXA104.5 Celaya

3.6 Guion radiofónico: la parrilla de programación nacional y su adaptación para la plaza Celaya

Tres conceptos que van indisolublemente unidos y son interdependientes: la política de la emisora determina la programación, que a su vez, determina la audiencia, que a su vez determina la política de la emisora.

Cualquier programa necesita una idea matriz, una política propia de ese programa que se integra en la de la emisora, y una estrategia a la que deben responder todos los elementos.

Hay tres elementos que son los objetivos que todo programa de radio se debe proponer:

- A qué audiencia nos dirigimos.
- Que queremos decir o que contenidos queremos transmitir.
- Como queremos decirlo o de qué forma.

Una parrilla de programación es la síntesis de la oferta programática de una emisora. Generalmente, las parrillas son como una especie de plano que contiene el título de los programas y el espacio temporal que ocupan, así como el día en el que se emiten.¹⁸

En una parrilla de programación aparecen los distintos contenidos, en el orden en que van a entrar al programa, lo que nos permite hacernos una idea de su distribución y el resultado. Suele incluir tiempos reales o previstos y puede ser fija: la misma siempre. Aparecen en ella y en orden todos los contenidos, normalmente con tiempos.¹⁹

¹⁸<http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque6/glosario.html>

¹⁹ MULEIRO, Hugo. "Palabra por Palabra, estructura y léxico para las noticias". Editorial Biblos, República Argentina. 2002. P. 53.

Es la disposición en el tiempo de los programas de una emisora de radio. Indica la hora de comienzo y fin de cada programa a lo largo del día.

Los programas se repiten cada semana, por lo que una parrilla suele definirse semanalmente.

Cada radio tiene su perfil musical, es decir, la mezcla de canciones que suenan a lo largo de la jornada e identifican a la emisora.

La programación musical depende, fundamentalmente, de los gustos del público que queremos alcanzar.

La música que la audiencia reclama obliga a ampliar la discoteca de la emisora. Y la música que la emisora presenta, tal vez todavía no muy conocida, amplía el paladar musical del público.²⁰

A nivel nacional y local podemos encontrar muchas diferencias en cuanto a la parrilla musical, ya que las plazas se encuentran en ciudades pequeñas con ritmos de vida muy diferentes a la de las grandes urbes.

En las plazas locales el número de locutores al aire es mayor, ya que la gente tiene más tiempo de escuchar radio a diferencia de ciudades grandes que viven muy rápidamente y prefieren escuchar más música que intervenciones del locutor al aire.

Aquí un ejemplo de ambas:

²⁰<http://programacionradiocomunitaria.blogspot.mx/>

00:00 A 1:00	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	LA BOMBA
1:00 A 2:00	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	LA BOMBA
2:00 A 3:00	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	LA BOMBA
3:00 A 4:00	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA
4:00 A 5:00	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA
5:00 A 6:00	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA
6:00 A 7:00	ENTORNO INFORMATIVO	ENTORNO INFORMATIVO	ENTORNO INFORMATIVO	ENTORNO INFORMATIVO	ENTORNO INFORMATIVO	MUSICA	MUSICA
7:00 A 8:00	ENTORNO INFORMATIVO	ENTORNO INFORMATIVO	ENTORNO INFORMATIVO	ENTORNO INFORMATIVO	ENTORNO INFORMATIVO	MUSICA	MUSICA
8:00 A 9:00	DEXMODORRE	DEXMODORRE	DEXMODORRE	DEXMODORRE	DEXMODORRE	IRIS VAZQUEZ	MUSICA
9:00 A 10:00	DEXMODORRE	DEXMODORRE	DEXMODORRE	DEXMODORRE	DEXMODORRE	IRIS VAZQUEZ	MUSICA
10:00 A 11:00	MAURICIO CABRERA	MAURICIO CABRERA	MAURICIO CABRERA	MAURICIO CABRERA	MAURICIO CABRERA	MAURICIO CABRERA	20 EXACTAS
11:00 A 12:00	MAURICIO CABRERA	MAURICIO CABRERA	MAURICIO CABRERA	MAURICIO CABRERA	MAURICIO CABRERA	MUJER	20 EXACTAS
12:00 A 13:00	MAURICIO CABRERA	MAURICIO CABRERA	MAURICIO CABRERA	MAURICIO CABRERA	MAURICIO CABRERA	EXAMETRO	ESPECIALES EXA
13:00 A 14:00	ENTORNO INFORMATIVO	ENTORNO INFORMATIVO	ENTORNO INFORMATIVO	ENTORNO INFORMATIVO	ENTORNO INFORMATIVO	ESPECIALES EXA	EXAMETRO
14:00 A 15:00	RECONEXION	WHITE MACHINE	RECONEXION	WHITE MACHINE	RECONEXION	COM PLACENCIAS	MARLENE LARA
15:00 A 16:00	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	NETO SIERRA	MARLENE LARA
16:00 A 17:00	NETO SIERRA	NETO SIERRA	NETO SIERRA	NETO SIERRA	NETO SIERRA	20 EXACTAS	MARLENE LARA
17:00 A 18:00	NETO SIERRA	NETO SIERRA	NETO SIERRA	NETO SIERRA	NETO SIERRA	20 EXACTAS	MUSICA
18:00 A 19:00	NETO SIERRA	NETO SIERRA	NETO SIERRA	NETO SIERRA	NETO SIERRA	ROCK EN EXA	MUSICA
19:00 A 20:00	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	ROCK EN EXA	MUSICA
20:00 A 21:00	CESAR CISNEROS	CESAR CISNEROS	CESAR CISNEROS	CESAR CISNEROS	CESAR CISNEROS	CESAR CISNEROS	ROCK EN EXA
21:00 A 22:00	CESAR CISNEROS	BARRA LIBRE	CESAR CISNEROS	BARRA LIBRE	CESAR CISNEROS	LA BOMBA	ROCK EN EXA
22:00 A 23:00	CESAR CISNEROS	DISPARA MARGOT	CESAR CISNEROS	DISPARA MARGOT	DE TODO UN POCO	LA BOMBA	HORA NACIONAL
23:00 A 24:00	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	MUSICA	LA BOMBA	MUSICA

Programación diaria para la cabina de EXA 104.5, Celaya 2014.

HORARIO	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
0:00 - 0:30						LA BOMBA - DJ PELOS	
0:30 - 1:00							
1:00 - 1:30							
1:30 - 2:00							
2:00 - 2:30	MÚSICA CONTINUA						
2:30 - 3:00							
3:00 - 3:30							
3:30 - 4:00						MÚSICA CONTINUA	
4:00 - 4:30							
4:30 - 5:00							
5:00 - 5:30	DISPARA MARGOT DISPARA (REPETICIÓN DEL DÍA ANTERIOR. LOS LUNES PASA LO MEJOR DE LA SEMANA ANTERIOR)						
5:30 - 6:00							
6:00 - 6:30							
6:30 - 7:00							
7:00 - 7:30							
7:30 - 8:00	DESPIERTA, MI BIEN DESPIERTA DE YORDI ROSADO CON DALILAH POLANCO, VIVIANA MARTÍNEZ Y MAURICIO BARCELATA					IKARO	
8:00 - 8:30							
8:30 - 9:00							
9:00 - 9:30							
9:30 - 10:00							
10:00 - 10:30							
10:30 - 11:00	IKARO					IKARO	
11:00 - 11:30						WEREVER TU MORRO	
11:30 - 12:00						EXAMETRO	
12:00 - 12:30						CINEXA / DANIELA NUÑO Y CHRISTIAN DE LA LUZ	
12:30 - 13:00	JESSIE CERVANTES						
13:00 - 13:30							
13:30 - 14:00						WEREVER TU MORRO	
14:00 - 14:30	DISPARA MARGOT DISPARA CON SERGIO ZURITA, JORGE DORANTES, CLAUDIA SILVA Y FAUSTO PONCE						
14:30 - 15:00							
15:00 - 15:30						POLLO CERVANTES	
15:30 - 16:00	GEENA CORONA						
16:00 - 16:30							
16:30 - 17:00							
17:00 - 17:30							
17:30 - 18:00	POLLO CERVANTES						
18:00 - 18:30						GEENA CORONA	
18:30 - 19:00							
19:00 - 19:30							
19:30 - 20:00	LA HORA GRUEXA CON BETO Y LALO						
20:00 - 20:30						EXA TOP DANDE / GEENA CORONA Y JUAN CARLOS NÁJERA	
20:30 - 21:00							
21:00 - 21:30							
21:30 - 22:00							
22:00 - 22:30	MÚSICA		BACARDI B-LIFE		LA BOMBA - DJ PELOS		LA HORA NACIONAL
22:30 - 23:00							
23:00 - 23:30							
23:30 - 24:00						MÚSICA CONTINUA	

Ejemplo de parrilla de programación diaria EXA. México 2012.

3.7 Operación y Funcionamiento de la Frecuencia Naranja EXA FM Celaya

Uno de los aspectos que se deben cuidar de manera escrupulosa son las promociones:

- ¿Qué se hace?
- ¿Cómo se hace?
- Pega de calcomanías
- Calidad de transmisión
- Espectaculares
- Imagen exterior
- Administración
- Manejo de la estación de manera interna

De la misma manera TVR Comunicaciones recibe toda la atención por parte del grupo MVS Radio para funcionar como un equipo, proporcionándoles todos los servicios necesarios para el éxito de la estación. Los beneficios obtenidos son muchos tomando en cuenta que la imagen de EXA es Internacional. Así mismo se les otorgan descuentos en el caso de que quieran adquirir equipos o modernizar la cabina de radio. Un punto importante son los artistas y cantantes, pues el número de entrevistas y eventos aumenta considerablemente al tener el apoyo constante de la cadena.

Para mantener la imagen intacta MVS Radio cuenta con un stock de productos, de souvenirs que se adquieren directamente en una página de servicios por internet. Los proveedores son internacionales y ofrecen un precio especial para los propietarios aunque también se cuenta con proveedores locales.

Así diferentes productos se reparten entre los clientes y radioescuchas como son:

- Exalindros
- Encendedores
- Discos
- Llaveros
- Playeras
- EXAmonías
- Plumas, etc.

Aprovechando todos estos productos se puede negociar con diferentes empresas, proporcionándoles paquetes que incluyen la imagen de EXA y al mismo tiempo la de su empresa, de esta manera ellos obtienen un beneficio al ligar su producto o empresa con una estación de radio de renombre.

Dentro de los puntos principales impuestos por MVS Radio está la de pagar una cuota anual, una vez hecho esto la empresa radiofónica tiene el derecho de utilizar el logotipo de EXA para lo que necesite o requiera pero sin alterarlo. Para esto se cuenta con diferentes opciones del logotipo para seleccionar el que se ajuste a lo que se quiere imprimir o loguear, pero se tienen que respetar y permanecer tal y como están pues los derechos le pertenecen a MVS Radio.

Los ingresos aumentan y son notorios ahora las entradas son varias y consisten en:

- Spots comerciales
- Controles remotos
- Patrocinio de programas satélite
- Patrocinio de programas locales

- Menciones en vivo
- Entrevistas en vivo
- Promociones con la imagen de la estación en establecimientos, empresas, tiendas, etc.

3.8 Evolución del concepto EXA



EXA como todos los productos tiene un ciclo de vida y la cadena preocupada por este hecho se mantiene en constante cambio, se renueva año con año para prolongar su existencia. Se implementan mejoras y actualizaciones para:

- Eventos
- Conciertos
- Logotipos
- Imagen
- Slogans

Cada temporada se evoluciona en imagen distribuyendo banners en las diferentes plazas para que se utilicen con respeto a la ocasión que se celebra en nuestro país.

Febrero – Día del Amor y de la Amistad



Abril – Día del niño.



Junio - Día del padre.



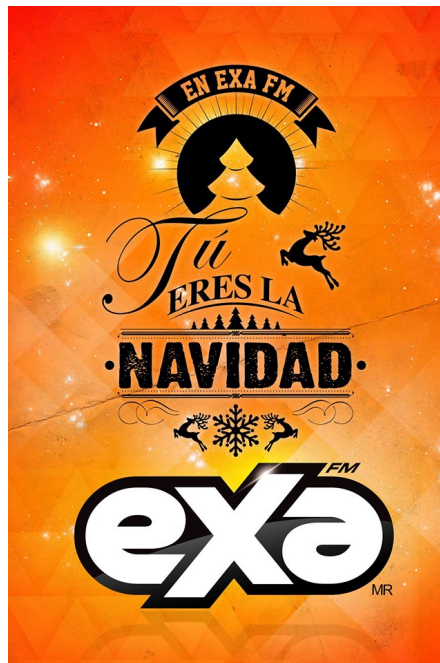
Septiembre – Día de la Independencia de México



Octubre - Halloween



Diciembre - Navidad

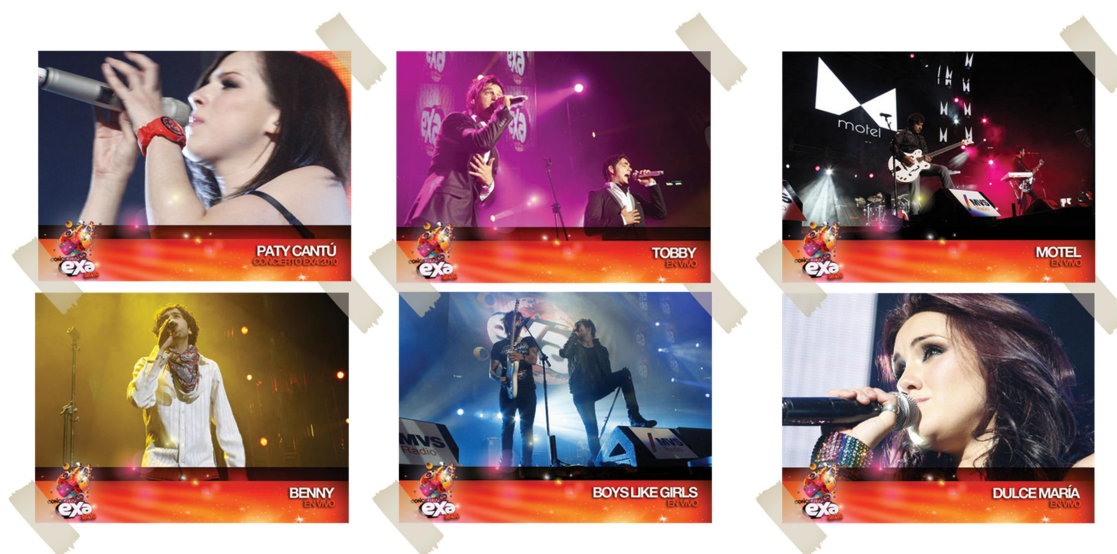


3.9 “EXA CONCIERTO”, el evento anual más importante de la cadena MVS a nivel nacional

Un EXA CONCIERTO cuenta con presencia de marca y pauta de radio (apoyo promocional de spots, promos, menciones en vivo y controles remotos)



Un concierto masivo se lleva a cabo en la plaza más importante a nivel nacional para la cadena EXA: La Ciudad de México. "El Concierto EXA", utilizacom o escenario el Palacio de los Deportes aquí se presentan artistas de gran talla nacional e internacional; este es uno de los eventos más importantes para el concepto EXA como estación de radio.



PLAZA (LOCALES)	FECHA	AFORO	LUGAR DEL EVENTO
CD OBREGÓN	18 DE ABRIL	POR CONF	POR CONFIRMAR
CHIHUAHUA	31 DE MAYO	POR CONF	POR CONFIRMAR
QUERÉTARO	6 DE JUNIO	4,700	AUDITORIO JOSEFA ORTÍZ DE DOMÍNGUEZ
CULIACÁN	13 DE JUNIO	POR CONF	POR CONFIRMAR
LOS MOCHIS	14 DE JUNIO	POR CONF	POR CONFIRMAR
SAN LUIS POTOSÍ	20 DE JUNIO	POR CONF	POR CONFIRMAR
POZA RICA	21 DE JUNIO	POR CONF	POR CONFIRMAR
CD DEL CARMEN	28 DE JUNIO	POR CONF	POR CONFIRMAR
AGUASCALIENTES	19 DE JULIO	75,000	MEGAVELARIA DE LA ISLA DE SAN MARCOS
MONCLOVA	9 DE AGOSTO	POR CONF	POR CONFIRMAR
PUEBLA	21 DE SEPTIEMBRE	30,000	CENTRO EXPOSITOR Y CONVENCIONES PUEBLA
ACAPULCO	27 DE SEPTIEMBRE	POR CONF	POR CONFIRMAR
IRAPUATO	10 DE OCTUBRE	30,000	EXPLANADA DEL INFORUM
LEÓN	11 DE OCTUBRE	15,000	POLIFORUM LEÓN
TUXTEPEC	18 DE OCTUBRE	POR CONF	POR CONFIRMAR
CHETUMAL	23 DE OCTUBRE	POR CONF	POR CONFIRMAR
CELAYA	30 DE OCTUBRE	POR CONF	POR CONFIRMAR
VERACRUZ	14 DE NOVIEMBRE	35,000	ESTADIO DE BEISBALL BETO ÁVILA
PUERTO VALLARTA	6 DE DICIEMBRE	POR CONF	POR CONFIRMAR

Ejemplo de organización de Concierto EXA a nivel nacional

3.10 Adaptación del EXA CONCIERTO para la plaza Celaya

A su vez cada año en las diferentes plazas (regionales) se realiza el “EXA CONCIERTO”, este concierto reúne a los exponentes más importantes de la música pop actual y algunos artistas locales se presentan en el escenario también.





EXA CONCIERTO 2010



EXA CONCIERTO 2014

De manera local, el EXA CONCIERTO se puede organizar de 2 formas:

1) VOLUNTARIO. Se calendariza siempre empezando el año. Cada una de las franquicias existentes solicita un día y se aparta para empezar a vender la fecha a diferentes clientes nacionales que patrocinaran todos los EXA CONCIERTOS. Se agenda artistas directamente con la disquera para ubicarlos en las diferentes plazas según la cantidad de radioescuchas o la importancia de la plaza. Dos meses antes del evento el programador sabe cuál será el elenco que conforme su concierto.

Realizar el evento de esta manera representa una ventaja ya que MVS Radio cuida todos los aspectos desde el elenco hasta el escenario, audio, luces etc. Sin embargo, económicamente hablando, no genera una entrada directa a la empresa porque se deben ceder tiempos al aire a los diferentes clientes nacionales como menciones, un número determinado de controles remotos, spots etc. Además todos estarán presentes en la fecha acordada con publicidad, imagen, souvenirs y por lo tanto de manera local no puede existir otro cliente igual lo que limita la entrada de dinero para solventar otros gastos como la renta del lugar en donde se realizará, los gastos de protección civil, ambulancias, seguridad, etc.



2) MVS Radio te autoriza el EXA CONCIERTO pero como empresa llevas la logística sin prestaciones por parte de la cadena, es decir, la empresa vende los espacios y consigue al elenco y de la misma forma consigue clientes locales en su mayoría.



Para regular las diferentes plazas regionales (ya que en el Estado de Guanajuato se cuentan con 3 y en el vecino estado de Querétaro se cuenta con 2) la empresa TVR Comunicaciones logra llegar a acuerdos amistosos porque no existe un reglamento así que cada una de las plazas busca sus propios patrocinios y posibles eventos.

Si alguna de las plazas cercanas cuenta con un evento masivo se puede buscar la dualidad o un intercambio, ya que MVS Radio permite e impulsa el apoyo de la cadena en general y así se logra un beneficio para todos.

3.11 Venta de espacios al aire: Spots comerciales.

Un Spot Comercial, es la base de toda publicidad radiofónica y el elemento fundamental que da recursos financieros a la radio.²¹

La creación y el diseño de comerciales para radio actualmente es más difícil en algún sentido y más fácil en otro. Hace años las técnicas y los equipos eran limitados. La mayoría de los comerciales se ejecutaban en vivo, con una disponibilidad limitada de música, efectos de sonido y talento. Los comerciales grabados se hacían en discos y cada elemento tenía que ser ejecutado. En la actualidad, las condiciones han cambiado. Las grabaciones digitales son de uso común, y los micrófonos, las mezclas de sonidos y los equipos para editar son cada vez mejores.

Actualmente existen muchas más opciones para fomentar la creación y la producción, lo que facilita el trabajo en el aspecto técnico.

Pero esta gran variedad de opciones técnicas hace la labor creativa más fácil. Sin embargo, dos elementos generan dificultades para crear mensajes de radio persuasivos. Primero, la competencia por anuncios se ha incrementado conforme se multiplican las estaciones de radio. Es más difícil ganar y sostener la atención de los radioescuchas. Segundo, los radioescuchas han cambiado. Las personas ya no se sientan en las salas a escuchar la radio como lo hacían antes del maravilloso invento de la televisión.

A diferencia del público televisivo, el público de radio puede estar escuchando su aparato radiofónico desde cualquier parte y su atención puede estar dividida en diferentes actividades lo que significa una lucha constante por mantenerlo interesado en lo que se dice.

²¹ PÉREZ HERNÁNDEZ, Mario Alberto, “**Prácticas Radiofónicas, Manual del Productor**”, Editorial Porrúa, México 1998. P. 86.

También significa que un comercial de radio debe tener una sólida idea de ventas presentada en forma atractiva.

Al igual que los impresos y la televisión, la radio forma parte de una estrategia total e integral, que debe ser coherente con los objetivos de mercadotecnia y publicidad. Después de tener cimentada la plataforma creativa, se deben hacer versiones que dependerán de los mercados meta, edades, sexo, ciudad e inclusive nivel educativo.

En México, se trabaja con anuncios o spots de 20 y 30 segundos. Ahora, con la realización de costos y las diversas técnicas creativas, se los realiza con un mínimo de 10 segundos hasta un máximo de 60, siempre en múltiplos de 10. Se estima que un anuncio, con una entonación y velocidad de locución promedio, puede incluir aproximadamente dos palabras por segundo.

Como con los comerciales de televisión, no existen fórmulas para el éxito. Generalmente, los comerciales de radio pueden ser clasificados de acuerdo con las técnicas que usan.

- Anuncios en vivo: El anunciante lee un guion preparado. Este formato aporta frescura, adaptabilidad a cada tipo de estación y una buena dosis de credibilidad.
- Anuncios grabados: El locutor o una combinación de locutores leen un guion preparado con efectos de sonido y/o música.²²

Los encargados de ofrecer el producto son los vendedores, ellos buscan a los diferentes clientes interesados en promocionar su producto dentro de la estación de radio, puede ser cualquier cliente, el sector de ventas es muy amplio.

Lo principal es vender la publicidad en radio, generando un contrato que puede ser por algunos días o incluso un año, dependiendo del interés del cliente.

²²TREVIÑO MARTÍNEZ, Rubén. "PUBLICIDAD Comunicación integral en marketing". McGraw-Hill/Interamericana editores, S.A de C.V. México 2000. P. 346.

Inclusive la radio es un medio excelente para la difusión de los distintos mensajes de los candidatos políticos, sobre todo en épocas de campaña, tanto en zonas urbanas como rurales, dada su gran capacidad de penetración y alcance.

Las emisoras radiofónicas suelen tener diferentes ofertas de paquetes de tiempo, entre las que el que solicitante puede elegir según sus necesidades de servicio. Los mensajes que se pueden incluir en cada paquete varían en cantidad, frecuencia y duración. En unos casos se pueden transmitir muchos mensajes en poco tiempo, con lo que se espera conseguir mayor impacto. O bien, el mismo número de mensajes que en el caso anterior, pero con menor frecuencia de transmisiones, a fin que la promoción dure más tiempo. O ambas cosas a la vez: muchos mensajes, transmitidos de manera continua, durante más tiempo. De cualquier manera se debe evaluar el costo en relación con los resultados que se esperan.

Asimismo, otros medios de promoción por radio pueden ser las entrevistas a candidatos, y para ello resulta fundamental seleccionar las estaciones según su alcance y cobertura, en función de los destinatarios para quienes está dirigido el mensaje; lo mismo ocurre en función del horario y la estructura misma del mensaje.²³

Dependiendo de lo que se solicite se arma un paquete, que puede contener diferentes spots durante todo el día o incluir algunos controles remotos, entrevistas en vivo y menciones al aire.

²³ OCHOA, Oscar. **“Comunicación Política y Opinión Pública”**. McGraw-Hill/Interamericana editores, S.A de C.V. 2000 P. 49.

Uno de los espacios en vivo más buscados por los clientes son las entrevistas, ya que de manera concreta y directa se le informa al radioescucha sobre un evento cercano o bien se le intenta convencer para que adquiera cierto producto o aproveche alguna promoción. Existen diferentes propósitos de las entrevistas y tanto cliente, como vendedor y locutor deben tener conocimiento de las mismas para que los resultados sean satisfactorios para todas las partes involucradas.

La finalidad de cada entrevista debe establecerse desde la etapa de preparación, para asegurarse que las preguntas sean las más apropiadas para el tipo de entrevista que se va a realizar.

1. **Para obtener información y evaluar**, en este tipo de entrevista, el entrevistador juega un papel superior; él busca la información llevando la dirección y el control de las preguntas.
2. **Para intercambiar opiniones y puntos de vista**, a nivel de entretenimiento, está sujeta a un tiempo oportuno y con un número variable de personas a quienes le atañe el tema, ya sea de manera formal o informal, pero en forma profesional, este tipo de entrevista resulta ser útil para lograr diversos objetivos planeados.
3. **Para cambiar o reforzar actitudes**, es persuasiva, el entrevistador puede cambiar actitudes o reforzarlas.
4. **Convencer y llevar a una acción**. Por medio de la persuasión también es posible aconsejar, orientar, convencer y llevar a una acción. Este tipo de entrevista va dirigido a convencer y, posteriormente, generar una acción específica.²⁴

²⁴ Fonseca Yerena, María del Socorro; Correa Pérez, Alicia; Pineda Ramírez, María Ignacia y Francisco Javier Lemus Hernández. "Comunicación Oral y Escrita". Primera Edición. PEARSON EDUCACIÓN, México, 2011. P. 74.

Los vendedores tienen una labor muy importante, podría decirse que son la base sólida de la empresa. Sin ventas no hay radio, sin radio no hay locutores. La principal tarea de los vendedores es la Aplicación de Marca. Esto quiere decir que se debe satisfacer al cliente no importa de cuanto sea su presupuesto si le interesa anunciarse dentro de la estación se busca la forma de que se quede con la estación y no busque otra alternativa. Además el vendedor cuenta con el apoyo de la empresa para asesorar al cliente y organizar lo que necesite desde eventos masivos hasta la emisión de cierta cantidad de spots. Se aprovecha todo lo que se pueda anunciar al aire.

Las tarifas que se manejan son locales, de acuerdo a las plazas los precios suben o bajan. No es lo mismo la plaza del DF que una local, depende de la ciudad en la que se encuentre la estación o el número de radioescuchas con los que cuente e inclusive es importante saber que tan posicionada se encuentre la plaza para determinar un precio.

La empresa TVR Comunicaciones maneja un precio estándar para los spots, es decir no cambia su precio aunque el spot se emita por la mañana, por la tarde o por la noche. Algunas plazas más grandes tienen más posibilidades de cambiar los costos ya que el horario de la mañana se cataloga como el más fuerte, el vespertino es más tranquilo y el nocturno es pasivo.

EXA Celaya cuenta con algunos clientes permanentes, a ellos se les da un precio especial con un descuento pues contratan regularmente publicidad durante todo un año y algunos aprovechan las estaciones hermanas con las que cuenta TVR comunicaciones como lo son HIT 101.9 o La Mejor 89.1 para hacer combos y escucharse en las tres emisoras, esta clase de clientes cuentan con un descuento agregado del 10%.



El medio más confiable para vender productos y servicios.

Blvd. Adolfo López Mateos 1117 Ote. C.P. 38070 Col. Centro Celaya, Gto. México.
Tels. (461) 6134242 / 6127103 / 6134188 Fax: (461) 612 11 64
www.tvrcomunicaciones.com.mx

PERFIL

HIT 101.9

Nombre: **HIT.**
Siglas: **XHEOF FM.**
y **XEOF AM.**
Frecuencia: **101.9 FM.**
740 AM.
Potencia: **6,000 watts.**
Nivel Social: **Medio-Alto.**

PERFIL:
Transmite éxitos musicales del recuerdo. Posee el mejor catálogo en música 60% en inglés y 40% en español, de los años 70's, 80's, 90's y de la actualidad, con una discoteca con más de 15 mil discos, ofreciendo así una gran variedad al radioescucha. Su cobertura es regional.

TARIFAS	10"	\$95.00
	20"	\$145.00
	30"	\$170.00
	40"	\$200.00
	50"	\$232.00
	60"	\$260.00

La Pachanga 89.1 FM

Nombre: **La Pachanga.**
Siglas: **XHEFG FM.**
y **XEFG AM.**
Frecuencia: **89.1 FM.**
840 AM.
Potencia: **6,000 watts.**
Nivel Social: **Medio-Bajo.**

PERFIL:
Toca la mejor música Grupera, Norteña y de Banda. Con los noticieros más importantes de la radio, Programas Deportivos, Concursos, Complacencias... y sobre todo con muchas promociones. Es el medio idóneo para lanzamientos, promoción y posicionamiento de productos.

TARIFAS	10"	\$95.00
	20"	\$145.00
	30"	\$170.00
	40"	\$200.00
	50"	\$232.00
	60"	\$260.00

EXE 104.5

Nombre: **Exa.**
Siglas: **XHZN FM.**
y **XEZN AM.**
Frecuencia: **104.5 FM.**
780 AM.
Potencia: **10,000 watts.**
Nivel Social: **Medio-Alto.**

PERFIL:
Es la estación preferida por los jóvenes y no tan jóvenes, su gran variedad de programas y la música más moderna la colocan en los primeros lugares a nivel nacional e internacional.

TARIFAS	10"	\$95.00
	20"	\$145.00
	30"	\$170.00
	40"	\$200.00
	50"	\$232.00
	60"	\$260.00

** NOTA: Estos son los costos de las tarifas generales. En programas especiales las tarifas pueden variar. Consulte la hoja de programas.
ESTOS COSTOS NO INCLUYEN I.V.A. VIGENCIA DEL 01 DE OCTUBRE DEL 2011 AL 30 DE SEPTIEMBRE DEL 2012

MENCIONES EN VIVO

- HIT 101.9 FM. y 740 AM. •
- LA PACHANGA 89.1 FM. y 840 AM. •
- EXA 104.5 FM. y 780 AM. •

	30"	\$205.00
	40"	\$260.00
	60"	\$295.00

CONTROL REMOTO

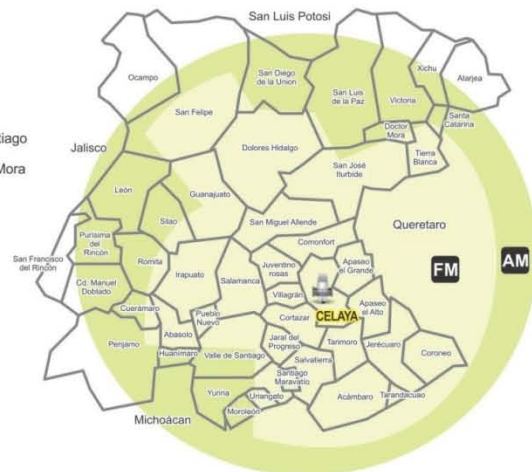
Nuestros precios incluyen: Tiempo de una sola estación, un locutor en cabina, uno en el evento, técnico y uso de la unidad móvil, Grupo de promoción: jóvenes regalando calcomanías, CD'S, artículos promocionales, etc.

4 bloques de 5 minutos c/u.

	30 Min.		\$6,250.00
	60 Min.		\$10,920.00

COBERTURA
Amplia audiencia en AM y FM

- | | | | |
|------------------|--------------------|-----------------------|-------------------|
| Abasolo | Huanimaro | Santa Catarina | Valle de Santiago |
| Acámbaro | Irapuato | San Diego de la Unión | Victoria |
| Apaseo El Grande | Jaral del Progreso | San Felipe | Villa Doctor Mora |
| Apaseo El Alto | Jerécuaro | San José Iturbide | Villagrán |
| Atarjea | Juventino Rosas | San Luis de la Paz | Xichu |
| Celaya | León | San Miguel de Allende | Yuriria |
| Comonfort | Moroleón | Santiago Maravatío | |
| Coroneo | Pénjamo | Silao | |
| Cortazar | Pueblo Nuevo | Tarandacua | |
| Cuerámaro | Romita | Tarimoro | |
| Dolores Hidalgo | Salamanca | Tierra Blanca | |
| Guanajuato | Salvatierra | Uriangato | |



Día a día queremos brindarle un mejor servicio.

La empresa obtiene sus ganancias de las ventas del espacio al aire ya sea con spots, entrevistas, controles remotos, etc. Sin embargo las 24 horas no son libres, ya que por ley tiene que transmitir de manera gratuita y de forma obligatoria La Hora Nacional, que es un programa de radio que se transmite todos los domingos de las 22 a las 23 horas por la mayor parte de las estaciones del país, tanto de AM como de FM. Los objetivos de este programa no han variado mucho desde su inicio el 25 de julio de 1937, en el contexto del gobierno nacionalista de Lázaro Cárdenas. Estos son:

- Establecer un canal de comunicación social del gobierno federal.
- Reforzar los vínculos de unidad dentro del contexto de la identidad nacional.
- Fortalecer el sentido cívico de responsabilidad de los mexicanos.
- Proporcionar orientación, educación y entretenimiento a la población.²⁵

La empresa está obligada también a cumplir con el Tiempo Oficial. Uno de los usos del tiempo oficial es otorgarlo a los partidos políticos, especialmente en periodos electorales, ya que la Ley Federal Electoral, en su artículo 48, concede a los partidos la prerrogativa de “tener acceso en forma permanente a la radio y televisión”. La Comisión de Radiodifusión es la responsable de que ese tiempo se distribuya equitativamente.²⁶

Aunque EXA FM es una estación 24 horas, no todo el tiempo se puede poner a disposición del cliente, se debe restar el tiempo de la música tocada, las intervenciones del locutor al aire y los dos puntos importantes antes mencionados

²⁵ ROMO Cristina. **“Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la Radio en México”**. Editorial Conexión Gráfica, S.A. de C.V. Guadalajara, Jalisco, México. 1993. P. 90.

²⁶ *Ibid.*, P.95

Además de esas mismas ventas se generan los pagos para el personal de la empresa: locutores, programadores, productores, vendedores y obviamente hay que pagar luz, impuestos y el mantenimiento del equipo de cada cabina de radio así como nuevos aparatos para mantenerse tecnológicamente activos.

Inclusive para la estación de radio hay temporadas altas y bajas en cuanto a venta de espacio al aire se refiere:

ALTA

- Noviembre
- Diciembre
- Mayo

BAJA

- Marzo
- Agosto
- Septiembre

Cabe afirmar, que para que “se sienta” una publicidad determinada, deben existir los siguientes elementos:

- Un estímulo visual o auditivo (grabación de video o sonido)
- Un espectador que sea capaz de ver u oír, o ambas cosas (que tenga sentidos)
- Un espectador que vea o escuche la publicidad (es decir, que exista la posibilidad de juntar el estímulo con el órgano sensorial).²⁷

²⁷ ARELLANO CUEVA, Rolando. “**Comportamiento del Consumidor. Enfoque América Latina**”. McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V. 2000, México, DF. P. 80.

3.12 Puntos importantes por los cuales EXA se mantiene como la gran cadena de música pop de habla hispana

La siguiente lista muestra los puntos con los que trabaja EXA a nivel Nacional, son recordatorios del porque han logrado posicionarse como la cadena juvenil No. 1 del país marcando un antes y un después en la radio.

Recordemos que “La radio afecta a la gente de una forma muy íntima, de tú a tú, y ofrece todo un mundo de comunicación silenciosa entre el escritor- locutor y el oyente. Éste es el aspecto inmediato de la radio. Una experiencia íntima”.²⁸

1. **MÚSICA.** Desde que nació EXA cada hora, minuto o turno de locución donde se escucha una canción está claro que la música es el alma y el motor de la estación. Es y será la razón de ser de la cadena siempre.

2. **HISTORIA.** 13 años después de su aparición han manejado en la radio la era EXA. Son parte de una gran generación no solo en la audiencia sino que una generación de artistas empezaron con EXA, una generación de clientes confiaron en el equipo.

3. **CONCIERTOS.** En el año 2000 se instituyo el CONCIERTO EXA, este evento logro inyectar una dosis de adrenalina a todos los jóvenes sectores de la estación de radio. Se han ofrecido más de 300 conciertos realizados con más de 1 millón y medio de personas, más de 500 artistas presentes, más de 50 millones de personas impactadas a lo largo del tiempo de vida con el que cuenta la estación y de las promociones al aire.

²⁸ MARSHALL, McLuhan “**Comprender los Medios de Comunicación. Las extensiones del Ser Humano**”. Ediciones Paidós Ibérica S.A. de C.V. 1994. P. 307.

4. MARCA. La marca EXA es un símbolo que invita a encender la radio, a prestar mayor atención y provocar el deseo de escuchar buena música combinada con buenos programas de entretenimiento.

5. COLOR. El color naranja ha sido el color ligado a EXA FM, iniciando como la estación naranja. EXA FM adoptó este color en su personalidad gráfica y hoy en día el territorio naranja se ha extendió por toda América.

6. CREDIBILIDAD. EXA FM se compromete con la audiencia, con el artista y con el cliente. Hoy la marca es sinónimo de verdad, de credibilidad. Por eso EXA FM está certificada en ISO 9001-2008.

7. DINÁMICA. El ritmo musical, el diseño de audio, los contenidos y la ubicación estratégica de los programas crean una dinámica radial con energía y sentido que ayudan a extender la permanencia del radio escucha en la frecuencia de EXA FM.

8. PODER. EXA FM genera una aspiración con altas posibilidades de alcanzar un nivel de emociones que le dan al radioescucha un poder especial mismo que los lleva a grandes conciertos y a participar en grandes promociones. EXA FM genera poder.

9. VÍNCULO. Todos estos años los vínculos mediáticos han puesto la marca de EXA FM donde nadie había pensado en programas como BIG BROTHER, BUSCANDO LA NUEVA BANDA TIMBIRICHE, CANTANDO POR UN SUEÑO y LA ACADEMIA entre otros. Los vínculos con Gobiernos locales han llevado a la cadena a crear los conciertos más grandes en la historia de México como "Ciudad Llena de Vida" que el 2 de Agosto del 2009 convocó a más de 165 mil personas sobre Paseo de la Reforma.

10. COMUNICADORES. Durante este tiempo EXA ha sido lidere de opinión entre los jóvenes. Desde la forma de interactuar a través del micrófono de cada uno de los locutores hasta la producción de programas de contenidos especializados como: Espectáculos, deportes, información y diversión juvenil. 13 años haciendo jóvenes comunicadores.

11. PUBLICIDAD. EXA FM ha sido publicitada en televisión, internet, espectaculares, exteriores, publivoques, periódicos, revistas y cine. Para la cadena es importante estar presente en los medios que impulsen a la gente a sintonizar EXA FM.

12. PATROCINADORES. Los clientes son el motivo vitalicio para ser sólidos en el tiempo de vida que lleva la cadena, siempre han tenido la puerta abierta para un espacio al aire o alguna dinámica especial para alcanzar las metas del cliente y llevar sus productos a todas partes. Por esta sinergia pro-activa han logrado la satisfacción completa de sus clientes, quienes son el soporte de EXA FM con más de una década de existencia.

13. CIUDADES. EXA FM cuenta con más de una década conquistando ciudades y países, siempre tropicalizando los mercados para que cada estación se escuche local en cada región donde se encuentra la marca.

14. ACCIONES. Cada objetivo trazado ha llevado una acción determinada y orientada, siempre logrando beneficios para toda la cadena EXA independientemente de la ciudad o país donde este.

15. FILANTROPÍA. En momentos difíciles han recurrido a las RECOLEXAS para ayudar a quienes lo han requerido, además cuentan con la fundación MVS para impulsar más acciones a favor de la sociedad.

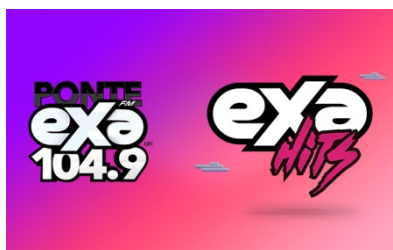
16. EVOLUCIÓN. Tras más de una década de consolidación de su logotipo demuestran la confianza en su marca y la fuerza de su filosofía dando paso a un nuevo logo mostrando una crecida evolución. Demostrando que van siempre con la moda y costumbre de su mercado: los jóvenes.²⁹

3.13 Programación de EXA FM Ciudad de México

Es importante resaltar los programas vigentes en la Ciudad de México ya que de esos conceptos parten los que se deben manejar de manera general en todas las plazas EXA de la República Mexicana y las internacionales. Tanto locutores como programas deben ser el sello distintivo de la cadena. Los programas están en constante evolución así como la EXA en general. A continuación se mostraran los shows radiofónicos correspondientes al año 2016.³⁰

EXA HITS: En #ExaHits escucha la mejor música del momento. Hits que conoces muy bien y las nuevas canciones que todos quieren escuchar.

La música de #ExaHits te hará bailar en los momentos ideales del día: de 1:00pm a 2:00pm, de 3:00pm a 4:00pm y de 6:00pm a 7:00pm.



²⁹ Lista proporcionada por el Programador en turno de Exa 104.5, Iván López Robles.

³⁰ <http://www.exafm.com/#!/mexico/programas>

WAKE UP: Prende tu mañana y comienza tu día de la mejor forma con la compañía de Roger González, Ceci de la Cueva y Jorge Anzaldo "El Chinos". ¡Escúchanos de lunes a viernes de 6:00am a 10:00am por el 104.9 .



IDZI EN EXA: Con las mejores noticias, el #ReporteVial del tráfico, muy buenos boletos, dinámicas divertidísimas y todo lo que necesitas para prender tu mañana. Acompaña a Idzi y a Ana Palomo todos los días de 10:00am a 1:00pm por el 104.9 en la Ciudad de México



ALEX AGUILAR: Conocido por ser toda una personalidad fresca y carismática; Alex Aguilar te estará animando todas las tardes entre semana por Exa FM 104.9 de 5 a 7 pm. Siempre con las mejores tendencias, Alex Aguilar te informará de lo que sucede afuera en el mundo y por igual estará regalando boletos para los mejores eventos en la Ciudad de México. Si por igual sientes que hace falta un poco de emoción en tu vida solo escríbele a Alex Aguilar y con gusto te mandará un abrazo y pellizco de pompi. No se olviden de sintonizar todos los días de 5 a 7 pm solo por Exa FM 104.9



TRISTE TURNO: Korno, Jimo y Leo te acompañan donde sea que estés, con buena onda, humor negro, chistoretos y temas cool. Déjate llevar por sus cápsulas chuscas y su plática elocuente. Escúchalos de lunes a viernes de las 7:00pm a 9:00pm por el 104.9.



COVA AL AIRE: Nuestra querida Cova te acompaña con una excelente programación de música alternativa de lunes a viernes de 9:00pm a 10:00pm.



NATALIA TÉLLEZ: Con un estilo fresco, divertido e irreverente; Natalia Téllez se integra a las filas de Exa Fm 104.9 en el horario de 3 a 5 pm. Natalia Téllez conectará con el público para escuchar quejas, resolver dudas de sexualidad a la par que mostrará una faceta desconocida de ella al interpretar sueños y resolver misterios paranormales. Asimismo si lo que necesitas es denunciar a un patán o conquistar un corazón disfuncional, Natalia Téllez, será tu mejor aliada para hacer que tu romance sea de película... o también empeorar tu vida social.

Invitados, la mejor música y mucha diversión es lo que podrás escuchar desde este lunes en Exa FM 104.9 de 3 a 5 PM



3.14 Programación EXA Celaya

EXA FM Celaya es responsable de la programación que presenta a sus radioescuchas, por eso se esfuerzan por que los programas seleccionados sean del agrado del público y cumplan con los requisitos impuestos por MVS. La programación original de EXA 104.5 Celaya es la siguiente. (Todos los programas se sujetan a cambios, esta programación corresponde al año 2016)³¹

ESPECIALES EXA: Acompaña a Neto Sierra a conocer más a fondo a tus artistas favoritos, en un espacio donde conocerás toda su trayectoria musical. Escucha Especiales Exa Fm. Sábados 2:00 a 3:00 pm. Domingos 11:00 a 12:00



³¹<http://www.exafm.com/#!/celaya/programas>

ENTORNO INFORMATIVO: Noticiario líder con reportes de los municipios de Guanajuato y entrevistas con los personajes políticos y sociales. Transmitido de lunes a viernes de 6:00 a 8:00 hrs. en su primera emisión, de 13:00 a 14:00 hrs. en su segunda emisión y de 19:00 a 19:15 hrs en su tercera emisión.



LAS 20 EXACTAS: Escucha las posiciones más privilegiadas dentro de las 20 EXACTAS. Acompaña a Fergie Patiño dentro de este conteo que semana a semana escuchas a través de la frecuencia naranja. Sintoniza este programa todos los sábados de 16:00 a 18:00 hrs. Domingo 20:00 a 22:00 hrs. En todas partes PONTE EXA Fm 104.5



ROCK EN EXA: Edgar Urzúa presenta Rock'nExa. Un espacio dedicado para ti, donde puedes programar dos horas de tu música de rock favorita. Todos los Martes y jueves de 22:00 a 24:00 hrs. Rock'nExa por el 104.5 fm ¡Mucho más música!



3.15 Programas Nacionales adaptados a la parrilla de programación de EXA 104.5 Celaya

La cadena EXA maneja algunos programas de radio que pueden ser adquiridos por las diferentes empresas interesadas en que aparezcan en su parrilla, pero este tipo de programas tienen un costo extra: La ventaja es que el nivel de audiencia aumenta, es decir; los vendedores ofrecen el producto que es garantía pues es un programa de radio que se escucha a nivel nacional y en donde pueden ofrecer su marca con una probabilidad más alta de lograr que su producto sea escuchado y por lo tanto vendido. Este tipo de programas tienen una característica en común: sus locutores son personajes que pertenecen a los medios, ya sea comediantes, actores o conductores que tienen vigencia

también en televisión y que son reconocidos por la mayoría de los radioescuchas.

Así como otras empresas en otros estados, Exa Celaya adopto algunos conceptos radiofónicos incluyéndolos en su parrilla de programación con la finalidad de tener el mayor número de radioescuchas y por supuesto presionar a la competencia.

Los programas son los siguientes: (Los espacios están sujetos a cambios, la programación corresponde al año 2016)

DISPARA MARGOT DISPARA: Espacio único sobre espectáculos y cultura, en el que los conductores mantendrán informado al radioescucha sobre todo lo que sucede en alfombras rojas, pantallas, escenarios, redondeles palenqueros y camerinos. Martes y jueves de 15:00 a 16:00 hrs.



LOS WHITE MACHINE: Lo mejor de la música mezclada sólo en EXA. Viernes de 23:00 a 24:00 hrs. y sábado de 22:00 a 23:00 hrs.



EXAMETRO: Íkaro Aton da a conocer la lista de los diez temas más escuchados a nivel nacional durante la semana. Además se presentan estrenos musicales e interesantes entrevistas. Sábados de 12:00 a 13:00 hrs y domingos de 13:00 a 14:00 hrs.



Conclusión

El concepto EXA ha logrado convertirse en una marca nacional e internacional de renombre; galardonada, envidiada y copiada en muchos aspectos, sin embargo no podemos decir que su éxito fue de un día para otro, al contrario su verdadero valor se debe a su gran capacidad de organización y creatividad tanto de directivos como de personal y nos enseña a nosotros como comunicadores y a las empresas radiofónicas (en especial a las locales) que hay nuevas formas de hacer radio. Colocar una marca en el mercado no es tarea fácil, sin embargo EXA es un concepto fresco que sigue en el gusto del público a través de los años gracias a su capacidad de renovarse día con día y año con año.

Cualquier estación radiofónica que adopte el concepto EXA está asegurando el éxito, sin embargo para que esté llegue la empresa debe estar consciente de que el trabajo interno es de suma importancia para lograr los objetivos.

Los locutores juegan un papel muy importante en este aspecto. La tecnología exige que los locutores cada vez estén más preparados para que puedan transmitir las ideas claras a través del micrófono que exige más respeto por los temas que agobian a nuestra sociedad, hablar frente a un micrófono es un compromiso y los profesionistas de la comunicación deben saberlo.

MVS México tiene bien definido como quiere que funcione su concepto para que no se devalúe, por eso invierten cada año o cada dos años en sus trabajadores; imparten cursos y los actualizan con respecto a las tecnologías que surgen cada día. Tal vez este aspecto es muy urgente en las plazas locales, el mantener vigentes a sus locutores y preparados podría ser la clave para que sigan convincentes y que logren mantenerse estáticos cuando la competencia se acerca.

No obstante, sería un error pensar que invertir tiempo y dinero para cambiar el nombre de una estación radiofónica es suficiente. Un buen trabajo interno es y será siempre la clave para alcanzar las metas de una empresa. Los directivos, en especial los de una estación de radio, deben estar empapados siempre de las tendencias, de las modas, la tecnología y la competencia, para aportar ideas, inyectar ambiciones tanto a locutores como a vendedores, programadores, etc.

Adoptar el concepto EXA, exige un compromiso por parte de cada uno de los trabajadores de la radio. Debe ser lo más escuchado y lo más buscado, tanto por exigencia de MVS Radio y como reto personal de la empresa que dice invertir en el concepto.

El trabajo en equipo es fundamental para lograr los objetivos tanto de MVS México como de la plaza en cuestión.

El poder de la radio es fuerte y directo, pero las nuevas tecnologías también lo son. No sabemos con seguridad por cuánto tiempo más siga vigente tal cual es. Probablemente crecerá y se adaptará, algunos escépticos piensan que desaparecerá. Lo importante es el ahora, es el compromiso de las estaciones radiofónicas para superarse y competir con todo lo nuevo que nos atiborra de información por todos lados, son los sueños de los jóvenes que aun piensan que ser locutor es una oportunidad única en el mundo y se preparan y estudian para llenar ese puesto. Mientras podamos sigamos y apoyemos, a mi parecer; al medio más noble: la radio.

Bibliografía

ARELLANO CUEVA, Rolando. **“Comportamiento del Consumidor. Enfoque América Latina”**. McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V. 2000, México, DF. Pp. 457.

BARINAGA, Augusto. **“Cerca de la Comunicación. Bases idiomáticas para la cultura superior”**. Editorial Alhambra, S.A. Madrid, 1975. Pp. 500.

“El sonido de la radio”. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. 1988. México, D.F. Pp. 214.

FONSECA Yerena, María del Socorro; Correa Pérez, Alicia; Pineda Ramírez, María Ignacia y Francisco Javier Lemus Hernández. **“Comunicación Oral y Escrita”**. Primera Edición. PEARSON EDUCACIÓN, México, 2011. Pp 384.

HAYE, Ricardo M. **“Hacia una nueva radio”**. Editorial Paidós Mexicana S.A. México, D.F.1995. P.p. 222.

MARTÍNEZ ABADÍA, José. **“Introducción a la tecnología audiovisual: televisión, video, radio”**. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona, España 1997.Pp. 272.

MARSHALL, McLuhan.**“Comprender los Medios de Comunicación. Las extensiones del Ser Humano”**. Ediciones Paidós Ibérica S.A. de C.V. 1994. Pp. 411.

MULEIRO, Hugo. **“Palabra por Palabra, estructura y léxico para las noticias”**. Editorial Biblos, República Argentina. 2002. Pp. 172.

OCHOA, Oscar. **“Comunicación Política y Opinión Pública”**.McGraw-Hill/Interamericana editores, S.A de C.V. 2000 Pp. 203.

PÉREZ HERNÁNDEZ, Mario Alberto. “**Prácticas Radiofónicas, Manual del Productor**”. Editorial Porrúa, México 1998. Pp. 221.

ROMO Cristina. “**Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la Radio en México**”. Editorial Conexión Gráfica, S.A. de C.V. Guadalajara, Jalisco, México. 1993. Pp. 141.

TREVIÑO MARTÍNEZ, Rubén. “**PUBLICIDAD Comunicación integral en marketing**”. McGraw-Hill/Interamericana editores, S.A de C.V. México 2000. Pp.482

Entrevistas

Lic. Marco Antonio Valencia Gutiérrez, Secretario General del Sindicato de la Industria de la Radio y Televisión, sección Celaya (STIRT) y Secretario de Trabajo del STIRT Nacional.

Sra. Anita Ramos, Presidenta del Consejo Administrativo de TVR Comunicaciones

Locutor y programador Ismael Isauro, Radio Juventud 101.9

Lic. Beatriz Olivares Ramos, Directora Operativa y Relaciones Públicas de TVR Comunicaciones.

Ingeniero Alejandro Olivares Ramos, Director General de TVR Comunicaciones.

Iván López Robles, Programador EXA 104.5

Otras fuentes

<http://www.tvrcomunicaciones.com.mx/inicio/index.php/2016-10-25-23-52-19/mision-vision-y-valores>

http://www.mvsradio.com/compania_nosotros

https://es.wikipedia.org/wiki/MVS_Radiohttp://www.mvsradio.com/sites/default/files/MVS_RADIO_SEPTIEMBRE_2014.jpg

<http://www.mvs.com/radio.divisiones.6>

<http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque6/glosario.html>

<http://programacionradiocomunitaria.blogspot.mx/>

<http://www.exafm.com/#!/mexico/programas>

<http://www.exafm.com/#!/celaya/programas>