



291  
**Universidad Nacional  
Autónoma de México**

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

**LA RADIODIFUSION POR ONDA  
CORTA EN MEXICO**

**EL CASO DE XERMX-OC RADIO  
MEXICO INTERNACIONAL**

**Tesis Profesional**

**Que para obtener el Título de  
LICENCIADO EN COMUNICACION SOCIAL**

**P r e s e n t a**

**Juan Rolando Aguado Bustamante**

**México, D. F.**

**1989**

**FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está 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.

## INDICE

INTRODUCCION	1
EL PROBLEMA	2
<b>1 CAPITULO PRIMERO</b>	<b>5</b>
1.1 QUE ES LA ONDA CORTA	5
1.1.1 IMPORTANCIA DE LA ONDA CORTA	13
1.1.2 LA RADIODIFUSION POR ONDA CORTA EN EL MUNDO	20
1.2 BRITISH BROADCASTING CORPORATION (B.B.C.)	29
1.2.1 ANALISIS GENERAL	31
1.2.2 SERVICIO MUNDIAL	43
1.2.2.1 FUNDAMENTO	43
1.2.2.2 CARACTERISTICAS	46
1.2.3 SERVICIO LATINDAMERICANO	56
1.2.3.1 INFRAESTRUCTURA	57
1.2.3.2 OFERTA PROGRAMATICA	63
1.3 LA VANGUARDIA EN ONDA CORTA	69
<b>2 CAPITULO SEGUNDO</b>	<b>72</b>
2.1 LA RADIODIFUSION POR ONDA CORTA EN MEXICO	72
2.1.1 LOS INTERESES NACIONALES Y LA ONDA CORTA	75
2.1.2 RADIODIFUSORAS POR O.C. EN NUESTRO PAIS	78
2.2 XERMX-OC RADIO MEXICO INTERNACIONAL	81
2.2.1 ANTECEDENTES	81
2.2.2 OBJETIVOS	86
2.2.3 INFRAESTRUCTURA Y CARACTERISTICAS	89
2.2.3.1 COBERTURA	90
2.2.3.2 FRECUENCIAS	91
2.2.3.3 HORARIOS DE TRANSMISION	92
2.2.3.4 DIRECCION DE LA SENAL	93
2.2.4 PERFIL PROGRAMATICO	96
2.2.4.1 FUNDAMENTO	98
2.2.4.2 CARACTERISTICAS	99
2.2.5 INTERRELACION AUDITORIO-PROGRAMACION	107
2.2.5.1 CATEGORIAS DE AUDITORIO	110
2.2.5.1.1 CO-NACIONALES	111
2.2.5.1.2 EXTRANJEROS	112
2.2.5.2 RETROALIMENTACION	114
2.2.5.2.1 DEMANDA	119
2.2.5.2.2 OFERTA	123
2.2.5.3 PARAMETROS DE DESVIACION	124

<b>3 CAPITULO TERCERO</b>	
<b>3.1 ANALISIS COMPARATIVO XERMX-OC / VANGUARDIA O.C.</b>	<b>129</b>
3.1.1 SIMILITUDES	130
3.1.2 DIVERGENCIAS	131
<b>3.2 HACIA UNA ONDA CORTA IDEAL EN NUESTRO PAIS</b>	<b>141</b>
3.2.1 OBJETIVOS	142
3.2.2 PERFIL PROGRAMATICO	144
3.2.2.1 CARACTERISTICAS	146
3.2.2.2 PRIORIDADES	150
3.2.3 INFRAESTRUCTURA	151
3.2.3.1 RECURSOS HUMANOS	152
3.2.3.2 RECURSOS MATERIALES	152
3.2.3.3 RECURSOS TECNICOS	153
3.2.4 CONSIDERACIONES PARA LATINDAMERICA	153
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>156</b>
<b>ANEXO 1</b>	<b>160</b>
<b>ANEXO 2</b>	<b>165</b>
<b>ANEXO 3</b>	<b>173</b>
<b>ANEXO 4</b>	<b>186</b>
<b>ANEXO 5</b>	<b>193</b>
<b>ANEXO 6</b>	<b>206</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>211</b>

## INTRODUCCION

Existen diversas y variadas maneras de difundir las múltiples manifestaciones del quehacer cotidiano de una nación hacia el mundo. Una de ellas, la radiodifusión por onda corta, representa una fundamental opción para una difusión extrafronterizas del diario acontecer de un país.

El presente estudio busca proponer una alternativa, para una realización de este tipo de radiodifusión, más apegada a la realidad y necesidades de México.

Lo antes mencionado se pretende efectuar mediante un análisis comparativo de esta actividad en el ámbito nacional, específicamente en XERMX-DC Radio México Internacional, y lo que hemos denominado la "vanguardia", es decir su equivalente británico: el Servicio en Español para Latinoamérica de la British Broadcasting Corporation.

El estudio comprende dos aspectos fundamentales:

- A) FORMA
- B) FONDO

A.- En cuanto a la FORMA, se analizan varios rubros como son los recursos con que cuentan:

### A) Económicos:

-Presupuestos para producciones programáticas, viáticos, contrataciones por honorarios, gastos diversos, etc.

### B) Humanos:

-Personal tanto para producciones como para transmisiones.

### C) Técnicos:

-Tanto la infraestructura de transmisión, como el equipo destinado a producciones y controles remotos.

B) En cuanto al FONDO nos referimos a la Oferta Programática y al contenido de sus transmisiones:

- A) En Cantidad
- B) En Calidad

Con dicho análisis comparativo se busca determinar las pautas entre las que se puede ubicar un modelo radiofónico en onda corta adecuado a las necesidades y la realidad nacionales.

## EL PROBLEMA

El efectuar un análisis de la actividad radiofónica que se realiza a través de la Onda Corta en nuestro país, deja entrever ciertas características que la convierten en un sistema de comunicación estrechamente vinculado a las necesidades y conveniencias propias para el desarrollo nacional.

La onda corta es un medio de comunicación muy peculiar y diferente de los otros por dos aspectos fundamentales:

1.- En primera instancia, significa un enlace muy estrecho entre emisor y receptor, ya que generalmente quienes la sintonizan son personas interesadas en conocer el mensaje transmitido y no lo toman como una mera distracción. Es una especie de auditorio cautivo que día con día busca determinada frecuencia en el cuadrante de la onda corta, para enterarse de los sucesos más importantes ocurridos en el lugar donde se genera la señal.

El auditorio de la onda corta es, en la mayoría de los casos, de dos tipos: Por un lado, desarraigados de sus países, gente que habita en otras naciones y que recurre a la onda corta para informarse de lo que sucede en su lugar de origen, y a la vez para reafirmar sus raíces nacionalistas. Y por otro lado, radio-aficionados que gustan escuchar las transmisiones de otros países, ya sea para ampliar sus horizontes o sencillamente por el gusto de estar en contacto con otras naciones.

2.- Y segundo, es un instrumento fundamental para proyectar la imagen del desenvolvimiento de la vida en nuestro país.

Por todo lo anterior, la radiodifusión por onda corta se convierte en un vínculo muy importante entre emisor y receptor, ya que no es simple casualidad que este tipo de transmisiones tengan un público cautivo. Es un auditorio que enciende su receptor para escuchar lo que necesita y desea.

De esa manera, la radio por onda corta se transforma primero en un lazo de unión que traspasa cualquier frontera, y después en un instrumento de proyección de la imagen nacional hacia la comunidad mundial.

Es aquí donde surge un cuestionamiento fundamental: \*En México se realiza una radiodifusión por Onda Corta apegada a los intereses y necesidades nacionales?.

En el presente estudio se busca analizar: \*Cómo es que se desarrolla este tipo de radiodifusión en nuestro país?, \*Qué es lo que actualmente se transmite a través de ella?, \*Cómo?, \*Con qué recursos?, sus posibles carencias, sus aciertos, etc.. por lo que hemos establecido varias hipótesis que a lo largo del análisis se verificarán o desecharán en su oportunidad.

Dichas hipótesis son las siguientes:

"La radiodifusión por onda corta en México no sigue un criterio determinado para formar una imagen vanguardista de nuestro país en la comunidad de naciones".

"La radiodifusión nacional en onda corta debe destinarse prioritariamente a la difusión de temas como el fortalecimiento de nuestra identidad nacional, soberanía, independencia y tradiciones culturales. Asimismo, debe mantener los vínculos sociales, económicos y políticos, que nos hermanan con los países de América Latina".

"La radiodifusión por onda corta debe concentrarse en una sola institución encargada de emitir el mensaje de México hacia el exterior y que además, involucre directamente a nuestro país dentro del proceso evolutivo mundial, principalmente de Latinoamérica".

Lo anterior se efectuará mediante un estudio analítico de la estación nacional más representativa de las de este tipo:

XERMX-OC, "Radio México Internacional", una radiodifusora perteneciente al gobierno federal.

Asimismo, se cuestionará la actividad realizada por esta estación por lo que otra de las hipótesis se refiere específicamente a esta:

"El contenido programático de la radiodifusora XERMX-OC, Radio México Internacional, no satisface las demandas del auditorio al que esta dirigido".

Se pretende, igualmente, hacer proposiciones prácticas para la realización de una radiodifusión por onda corta más adecuada a las necesidades actuales del país.

\*Cómo se harán ese tipo de "recomendaciones"?:

Mediante el análisis comparativo entre la FORMA, el CONTENIDO, así como los RECURSOS con los que se cuenta para transmitir la señal de Radio México Internacional, con su equivalente en lo que denominaremos la "Vanguardia" de la radiodifusión en onda corta: La British Broadcasting Corporation -la BBC de Londres-, y más específicamente las transmisiones de su servicio en Español dirigido hacia Latinoamérica.

Se enfatizará especialmente en las cuestiones de Forma y Contenido, ya que, en cuanto a Recursos, es patente la superioridad del coloso Europeo en comparación a la radiodifusora Mexicana, sin embargo no se descarta el análisis en ese rubro.



# **LA ONDA CORTA EN EL MUNDO**

**CAPITULO PRIMERO**

## 1.1 QUE ES LA ONDA CORTA?

Se podría describir a la Radiodifusión de Onda Corta como un pasatiempo para el receptor, y lo es ciertamente. Puede ser escuchada 24 horas al día cada día del año, dentro o fuera de casa y durante cualquier estación climatológica.

Entretiene, educa y puede ser muy exitante. No esta restringida a ningún grupo y concierne tanto a hombres como mujeres, además no se necesita una gran inversión para tener acceso a ella.

La Radiodifusión por Onda Corta posee características muy particulares que la ubican en un ámbito muy especial:

-La Recepción a Distancia y la baja potencia de sus transmisores, que se refleja en un bajo costo, es lo que torna tanto singular a este tipo de transmisión.

-Lo económico de su infraestructura, y la posibilidad de invadir territorios extranjeros desde un lugar remoto con una señal radiofónica, otorgan a la onda corta una importancia estratégica, ya sea ideológica, política, económica o culturalmente.

Por otro lado, la onda corta se puede definir desde dos aspectos distintos:

A) El técnico, en cuanto a sus características físicas y que la hacen diferente a las otras formas de transmisión -ondas largas y medias-.

B) El estratégico, o de contenido, refiriendonos a los fines para los que ha sido utilizada -ideológicos, políticos, económicos, etc.-.

Bien, pues empecemos nuestra descripción de la onda corta por el primero de sus aspectos:

### El Técnico.

Se tiene la idea de que la potencia de una estación es la que determina su alcance, es cierto en si, pero sólo si se utilizan las ondas largas y las ondas medias, pero hay que aclarar que si se habla de grandes distancias, su alcance sería relativamente poco además de que entre mas potente es un transmisor su costo es mayor.

\*Entonces cómo es posible que las estaciones de onda corta transmitan con una baja potencia y que a pesar de ello puedan escucharse en lugares muy remotos, si no es que en todo el mundo?

Para aclararlo debemos remitirnos a las características físicas de lo que son las ondas largas, medias y cortas que se utilizan en la radiodifusión, la respuesta radica en sus diferencias.

Cuando las ondas encuentran una antena, estas le transmiten una corriente minúscula, que va cargada de señales. Es lo que conocemos como "Corriente Oscilante", o sea, una corriente alterna con una frecuencia y una longitud de onda determinadas.

Los terminos de "LONGITUD DE ONDA" y "FRECUENCIA" son utilizados para indicar los canales o tipos de onda con los cuales las radio estaciones operan, es decir, si trabajan dentro de los parámetros de la onda larga, de la onda media o de la onda corta.

Las ondas largas trabajan con menores frecuencias y mayores longitudes de onda, en cambio las ondas cortas utilizan mayores frecuencias y longitudes de onda menores.

La Longitud de onda se mide en METROS y la frecuencia en KiloHertz (KHz) o MegaHertz (MHz) por segundo. Un MegaHertz es el equivalente a 1000 KiloHertz (los términos Megaciclo y kilociclo son exactamente lo mismo).

Una longitud de onda de un metro corresponde a una frecuencia de 300 000 KiloHertz. Si se incrementa la frecuencia con la cual las ondas de radio son producidas, la longitud de onda se reduce, esto es debido a que la longitud de onda y la frecuencia guardan una relación inversamente proporcional ( mientras mas alta es la frecuencia, la distancia que abarca es menor ).

Para convertir la frecuencia a la longitud de onda de una estación se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Longitud de onda (metros)} = \frac{300\ 000}{\text{Frecuencia (KiloHertz)}}$$

y para convertir la longitud de onda a frecuencia:

$$\text{Frecuencia (KiloHertz)} = \frac{300\ 000}{\text{Longitud de onda (metros)}}$$

Lo anterior debido a que por cada 300 000 KHz corresponde una unidad de longitud de onda, es decir un metro.

Es importante mencionar esto, ya que la diferencia primaria radica en que cada una ocupa un lugar en una escala de frecuencias y longitudes de onda: De esa manera, las Ondas Largas son aquellas que van de los 10 a los 300 KiloHertz por segundo y una longitud de onda de 30 000 a 1 000 metros; las Ondas Medias desde los 300 a los 3 000 kiloHertz por segundo (3 MegaHertz por segundo) y una longitud de onda de los 1 000 a los 100 metros

Y las Ondas Cortas que van de los 3 a los 30 MegaHertz por segundo y una longitud de onda de los 100 a los 10 metros. Luego siguen la Ondas muy Cortas; las Ultracortas y las Microondas.

Las grandes diferencias entre las ondas, utilizadas en radiodifusión, se deben principalmente a los efectos que sobre ellas causan las propiedades eléctricas y magnéticas tanto de la Tierra como de la atmosfera.

Las ondas de radio, como todas las electromagnéticas, se propagan en línea recta, sin embargo, sufren fenómenos de reflexión, difracción y absorción, ocasionados por la influencia de la Tierra, la atmosfera e inclusive la luz solar y que dan características diferentes a cada frecuencia.

Las Ondas Largas se emplean de día y de noche en radiotelegrafía. Posteriormente, se emplearon de igual forma en radiodifusión, pero durante el día, sus emisiones tienen un alcance proporcional a la potencia de la emisora. Con la noche mejoran sus condiciones de recepción y la distancia a la que llegan es aún mayor.

Al igual que las Largas, durante el día, las Ondas Medias tienen un alcance proporcional a la potencia de la emisora. Es decir la propagación de sus ondas se efectúa directamente, y se dice que utiliza el rayo directo, el cual transita por la superficie de la Tierra, o del mar. En cambio, durante la noche, las ondas medias se reflejan en las altas capas de la atmosfera (en la ionosfera) y, por esta reflexión, vuelven de nuevo a la tierra, aumentando su alcance.

Por la noche, la propagación de la onda media se dice que se efectúa por señal reflejada, es decir indirectamente.

Las ondas medias tienen muchas ventajas en términos de economía, sin embargo, presentan una serie de inconveniencias debido a que sus bandas se encuentran tan saturadas, que algunas señales interfieren constantemente a otras, por lo que captarlas puede ser un verdadero problema.

Al perfeccionarse las emisoras y los receptores en radiodifusión, se comenzaron a utilizar las Ondas Cortas, ya que hasta entonces solamente se habían empleado las ondas largas y las ondas medias.

Las ondas cortas son aquellas que como habíamos ya mencionado, tienen una longitud de onda desde los 100 metros hasta pocos milímetros (incluyendo las Microondas)

En ondas cortas, las condiciones de propagación varían bastante. Su alcance directo es mucho menor que en onda media, aún cuando se aumente la potencia de la emisora.

Si se trata de onda corta, la frecuencia que se propaga directamente en la superficie de la tierra o del mar, solo llega a unos 30 kilometros de la emisora. Sin embargo, la característica que la hace singular es que simultaneamente se refleja en la Ionósfera, sin importar si es de día o de noche, por lo que su señal puede captarse a varios miles de kilometros, en cualquier direccción.

Es con la Onda Corta que la recepción a larga distancia realmente se manifiesta. Su propagación se realiza a través de la Ionósfera, característica que le permite recorrer todo el planeta.

Ya que hemos mencionado las principales diferencias entre las diversas frecuencias (o longitudes de onda) utilizadas en la radiodifusión, veamos como es que se les ha dividido convencionalmente: (1)

BANDA	GAMA DE FRECUENCIA	LONGITUD DE ONDA	SUBDIVISIONES
(4)	de 10 a 30 kHz/s	de 30 000 m a 10 000 m	Ondas muy largas (Miriamétricas)
(5)	de 30 a 300 kHz/s	de 10 000 m a 1 000 m	Ondas largas (Kilométricas)
(6)	de 300 kHz a 3 MHz/s	de 1 000 m a 100 m	Ondas Medias (Hectométricas)
(7)	de 3 a 30 MHz/s	de 100 m a 10 m	Ondas Cortas (Decamétricas)
(8)	de 30 a 300 MHz/s	de 10 m a 1 m	Ondas muy Cortas (Métricas)
(9)	de 300 a 3 000 MHz/s	de 1 m a 10 cm	Ondas Ultracortas (Decimétricas)
(10)	de 3 000 a 30 000 MHz/s	de 10 cm a 1 cm	Microondas (Centimétricas)
(11)	de 30 000 a 300 000 MHz/s	de 1 cm a 1 mm	Microondas (Milimétricas)

(1) STONE, Pablo. "LA RADIO"; editorial Olimpo, Mexico 1978.

Por otro lado, los usos mas comunes de las ondas antes mencionadas son las siguientes: (2)

BANDA 4 (VLF)	Propagación por onda de (Ondas muy Largas) tierra; rectas; esporádicamente propagaciones ionosféricas o troposféricas. Enlaces Hertzianos para corta distancia; televisión, modulación de frecuencias; asistencia a la navegación aérea.
BANDA 5 (LF)	Características de propagación (Ondas Largas) similares a las anteriores (VLF), pero menos estables. Enlaces Hertzianos para larga distancia; asistencia a la navegación aérea y marítima.
BANDA 6 (MF)	Parecidas a las anteriores, (Ondas Medias) pero con elevada absorción durante el día; propagaciones principalmente ionosféricas de noche. Uso más común: Radiodifusión.
BANDA 7 (HF)	Propagaciones principalmente (Ondas Cortas) ionosféricas con fuertes variaciones estacionales durante varias horas del día. Comunicaciones de todos los tipos para media y larga distancias.
BANDA 8 (VHF)	Propagaciones principalmente (Ondas muy Cortas) diatenuaciones debiles; características estables. Enlaces Hertzianos para larga distancia.
BANDA 9 (UHF)	Propagaciones exclusivamente (Ondas Ultracortas) directas; posibilidad de conexiones por reflexión de la Luna o a través de satélites artificiales. Enlaces Hertzianos, televisión, radar.
BANDA 10 (SHF)	Como la anterior (micro-ondas)
BANDA 11 (EHF)	Misma utilizacion 10 y 11. (micro-ondas).

-----  
(2) STONE, Pablo. La Radio, Editorial Olimpo, Mexico 1978.

Ya que hemos determinado las características físicas de las distintas gamas de frecuencias y longitudes de onda, así como sus diferencias, nos referiremos centralmente a la ONDA CORTA y su utilización.

La otra manera de definir a la ONDA CORTA, como ya lo habíamos resaltado, es mediante la aplicación que se le ha dado, es decir lo que podríamos llamar su utilización estratégica. Decimos "estratégica", ya que como sabemos, sus características físicas la convierten en un instrumento importantísimo de difusión de mensajes a larga distancia.

Inicialmente, la radiodifusión apareció como una innovación técnica que abría innumerables posibilidades y era potencialmente poderosa en cuanto a influencia y penetración en la sociedad, además, el clima político, económico y social en el que surge hizo que se convirtiera en un medio masivo por excelencia.

"En una época de la más profunda necesidad económica y moral, la radio ha sido saludada como un milagro liberador y considerada como un factor de cultura, cuyas repercusiones en la vida cultural, política y económica no pueden valorarse con suficiente profundidad. Por vez primera desde la invención del arte de imprimir por el alemán Gutenberg, se ha creado una nueva posibilidad de transmitir bienes espirituales simultáneamente a innumerables personas, y es comprensible que aquella parte de la Humanidad hambrienta de alimento se precipite en masa hacia la radio". (3)

Ante esta concepción, no era raro que la radiodifusión fuera utilizada con intereses muy específicos:

\*Culturalmente? Podemos afirmar que cumplía un función como portadora de valores culturales. Pero en sí, abrió las puertas a una nueva "cultura": la masiva. Su contenido era de acuerdo a la finalidad que le daba razón de ser: económica o política.

\*Económicamente? La razón que la impulsó. Surgió con una finalidad netamente comercial y se convirtió en una industria extremadamente rentable.

\*Políticamente? Dejo entrever sus grandes posibilidades de penetración y desde sus inicios ha sido aprovechada con fines ideológicos-estratégicos -es importante mencionar que su pleno desarrollo coincidió con uno de los sucesos más significativos de nuestro siglo: La II guerra mundial, por lo que este medio de comunicación se convirtió no solo en un aparato para anunciar mercancías y divertir a la familia, sino que se transformó en una útil herramienta-

(3) DAHL. Fests. "DETRAS DE TU APARATO DE RADIO ESTA TU ENEMIGO DE CLASE"; en "De las radios rojas a las radios libres" pp 26-27.

"La década de los años treinta y cuarenta esta marcada por la utilización y la instrumentalización directa de la radio para la creación de consenso político en el interior de los países y para la lucha psicológica exterior que acompaña a las confrontaciones bélicas o a las situaciones de tensión internacional: Roosevelt y sus charlas al calor del hogar, Hitler y Goebbels y sus mensajes a la nación o a los combatientes alemanes, Queipo de Llano y sus transmisiones a los quintacolumnistas, la voz de De Gaulle identificada con la voz de Francia gracias a la emisión francesa de la BBC, y además todas las emisiones en lenguas extranjeras de un país a otro con vistas a contaminar la conciencia popular del adversario, y luego las grandes instalaciones de Radio Liberty y la Voz de America, por un lado, y de Radio Moscu, por el otro.

Todo lo que la radio podía dar de sí como medio de comunicación y como medio de expresión y creación artísticas, quedó disminuido por la utilización descomunal de las redes de emisión con fines geoestratégicos". (4)

Cabe mencionarse que durante esos años, los transmisores y los receptores se desarrollaron dando paso a frecuencias más complejas, y la onda corta hizo acto de presencia con su principal característica: "la recepción a gran distancia", como estrategia vital para las comunicaciones durante la guerra, y que posteriormente sirvió para se establecieran servicios permanentes de radiodifusión en esas frecuencias.

Después de la segunda guerra mundial, la radiocomunicación a media y gran distancias ha utilizado las frecuencias de 3 a 30 MHz, es decir la Banda 7 referente a las ONDAS CORTAS o decamétricas.

En la actualidad, la utilización de las frecuencias de onda corta esta destinada a otros objetivos, los tipos de estaciones que generalmente se escuchan en estas frecuencias, son aquellas que proveen a su auditorio con programas de noticias, música, dramatizaciones, comedias, propaganda, etc.. Muy frecuentemente esas estaciones se encuentran bajo el control de los gobiernos de sus países en los cuales se localizan, o son organismos descentralizados. Otras estaciones, de las cuales no hay pocas, siguen una programación comercial con anuncios publicitarios. Algunas otras estan controladas por organizaciones religiosas o fundadas por las autoridades eclesiásticas.

-----  
(4) BASSETS, Lluís. DE LAS ONDAS ROJAS A LAS RADIOS LIBRES... pp 8-9.



La mayoría de las estaciones radiodifusoras de onda corta transmiten en varios idiomas, y la calidad de sus barras programáticas varía según sus intereses. Algunas logran conjuntar una programación variada con un balance correcto de noticias, comentarios y música; otras, en cambio, difunden ideologías políticas o credos religiosos de una manera tan incesante e incómoda, que inclusive aburren a aquellos que comparten sus mismas creencias.

Existen asimismo estaciones "piratas" que transmiten música y publicidad y también las "clandestinas" que son utilizadas con motivos políticos, ambas utilizan las frecuencias de la onda corta para emitir sus mensajes hacia un determinado territorio donde no se les permite hacerlo.

Por otro lado, es necesario resaltar que no solo las estaciones de radio operan con onda corta para audiencias internacionales, sino también las utilizan los radios aficionados, las frecuencias de policía, los controladores de tráfico aéreo y marítimo, así como la banda civil, entre otros.

Finalmente para terminar con esta descripción de lo que es la onda corta veamos como es que se dividen las principales bandas de transmisión de estas frecuencias:

2300- 2498 kHz (120 metros)	3200- 3400 kHz ( 90 metros)
3900- 4000 kHz ( 75 metros)	4750- 5060 kHz ( 60 metros)
5950- 6200 kHz ( 49 metros)*	7100- 7300 kHz ( 41 metros)*
9500- 9775 kHz ( 31 metros)*	11700-11975 kHz ( 25 metros)*
15100-15450 kHz ( 19 metros)*	17700-17900 kHz ( 16 metros)
21450-21750 kHz ( 13 metros)	25600-26100 kHz ( 11 metros)

\*Para la recepción general, las bandas de onda corta más usuales son de 49, 41, 31, 25, y 19 metros, ahí se encuentran las estaciones más potentes y con la propagación más confiable.

### 1.1.1 IMPORTANCIA DE LA ONDA CORTA

Resaltar la importancia de la radiodifusión en onda corta es sencillo si se mira desde el aspecto técnico:

Todas las comunicaciones inalámbricas de larga distancia se efectúan a través de los distintos rangos de frecuencia de la onda corta.

En si, esta característica coloca a la radiodifusión por onda corta en una posición privilegiada, ya que esencialmente ha estado ligada a objetivos determinados por intereses muy específicos como son los económicos -como una empresa, o como un recurso de ella-, los militares y los político-ideológicos -es decir, estratégicos-.

El gran desarrollo comercial despues de la revolución industrial, trajo consigo una creciente demanda de materias primas y la búsqueda de nuevos mercados, por un lado, y la necesidad de productos manufacturados por el otro, factores que provocaron el crecimiento de un comercio internacional que involucraba puntos geográficos cada vez mas apartados. De esa manera el sistema de telecomunicaciones inalámbricas empezó a ocupar un papel vital. A ello debe aunarse la importancia de la comunicación a distancia con fines bélicos, (no es una casualidad, que esta -la telecomunicación- haya alcanzado su máximo desarrollo en tiempos de guerra, debido a su empleo con objetivos estrictamente geoestratégicos) a tal grado que después de la segunda guerra mundial, la radiocomunicación a media y gran distancias se estableció entre las frecuencias de 3 y 30 Mhz., es decir la banda referente a las ondas cortas o decamétricas.

La utilización de las ondas cortas apareció en primer lugar, como una alternativa para obtener nuevos canales de comunicación, ya que amplio el espectro total que ofrecían las ondas largas y medias en casi diez veces; segundo, porque la potencia de los transmisores decreció notablemente y su alcance aumentó en forma espectacular, lo que se reflejó en una disminución de costos; y tercero, porque se podía mantener comunicación con lugares que antes se presentaban como inaccesibles, ya sea técnica, política o económicamente.

La onda corta adquirió de esa manera una importancia vital para las comunicaciones a distancia, sobre todo en lo que respecta a la economía y la política.

Pero al mismo tiempo, la radiodifusión en onda corta no solo fue utilizada a ese tipo de comunicación, también se instalaron estaciones radiodifusoras que transmitían con altas frecuencias, al igual que como se había hecho con las otras longitudes de onda.

\*Pero cuál era el objeto y cómo se utilizaron?

Como lo hemos repetido en varias ocasiones, la radiodifusión vio su impulso principal debido al clima de guerra que se vivía en la segunda década de este siglo -durante la primera guerra mundial-, hecho que impulsó el paso de la radio-telefonía inalámbrica a la radiodifusión, que involucraba a todas las frecuencias conocidas hasta esa época. De ahí tomó un giro netamente comercial, que facilitó su masificación, con lo cual, el hombre común tuvo acceso a transmisiones hechas especialmente para él -para la masa de radioescuchas que sintonizaban las mismas frecuencias-. Emisiones diseñadas para llevarle un mensaje que generalmente redituaba beneficios económicos a la industria radiofónica, que comprendía, tanto a las plantas de ensamble de los aparatos receptores, como a las estaciones radiodifusoras.

Los radio-receptores de aquella época, generalmente estaban adecuados para captar todas las longitudes de onda -largas, medias y cortas-, sin hacer ninguna diferencia.

En cuanto a los contenidos de las transmisiones, muy pocos se interesaron en las necesidades del receptor. La radiodifusión se utilizó como un instrumento privado de comunicación, y la idea de ser usada para "alimentar" o "servir" a una comunidad era algo desconocido.

La radio se convirtió en una transacción mercantil muy compleja, y se utilizó para impulsar otras más, en una posición acorde con la realidad que vivía el mundo en aquella época de auge industrial y comercial, que comprendía la búsqueda frenética de nuevos mercados, de materias primas, de alimentos, de territorios donde expandirse y obtener utilidades cada vez más elevadas. Era una lucha no declarada entre las grandes potencias industrializadas por repartirse el mundo, como lo describió magistralmente Lenin.

Y una vez más los vientos bélicos llegaron, un segundo conflicto armado envolvía a gran parte del planeta, y la radio estaba ahí para su utilización como un instrumento más de la máquina de guerra.

Se aplicó como un medio para crear un consenso político en el interior de los países -mediante las ondas largas y medias-, y para una lucha psicológica exterior, a través de la onda corta, con la cual se difundían emisiones en lenguas extranjeras de un país a otro, destinadas a contaminar la conciencia popular del adversario.

Un ejemplo de ello lo encontramos en los servicios externos de la BBC de Londres, los cuales surgieron con la finalidad de estrechar los vínculos de la metrópoli con sus colonias, era lo que en esa época era conocido como el Servicio para el Imperio, mismo que se vio fortalecido por la inminente guerra en Europa, por lo que se comenzó a transmitir en otros idiomas además del inglés como lo hacía primeramente.

Como se puede observar, primero del aspecto económico colonialista de la radiodifusión, y posteriormente de su aplicación estratégica en época de conflicto armado, en ambos casos se aprovecharon óptimamente las frecuencias de la onda corta, lo que dejó de manifiesto la importancia de las transmisiones internacionales y su tremenda influencia en la opinión mundial.

Los patrones de radiodifusión mundial, es decir, a través de la onda corta, continuaron aún después de la guerra, pero con la diferencia de que muchas de ellas abandonaron el corte comercial para pasar al control directo de sus gobiernos, los cuales estaban concientes de la importancia de este tipo de radiodifusoras. Otras, en cambio, continuaron iguales. Lo que sí cambió completamente fue el contenido de sus programas y mensajes, que se volvieron más suaves y menos militantes destinados, unos, a resaltar principalmente los valores nacionalistas del país al que pertenecen, y otros con objetivos propagandísticos o comerciales.

La evolución histórica continuó, la distribución de influencia geo-política de las grandes potencias se polarizó y surgió lo que actualmente conocemos como "la guerra fría", o la lucha por inclinar la balanza hacia uno u otro extremo: ya no se habla de varias potencias sino de dos bloques que utilizan este tipo de radiodifusión para buscar justificar sus actos o propósitos imperialistas, mediante la manipulación de la opinión pública mundial, a través de sus mensajes en el cuadrante de la onda corta, como uno de sus múltiples recursos.

Pero seamos realistas, todos los medios de comunicación sirven a los mismos propósitos que la onda corta, parece ser que al encender nuestro receptor en estas frecuencias escucharemos agresiones entre los dos bandos y no es así. Como en cualquier radiodifusora que acostumbramos sintonizar, en las distintas frecuencias de la onda corta, podemos captar estaciones que transmiten noticias, música, dramatizaciones, comedias y propaganda entre otras cosas. Asimismo, podemos recibir algunas emisoras comerciales, algunas otras difunden mensajes religiosos, y la mayoría de ellas difunden su programación en varios idiomas, según la región a la que están dirigidas.

Hasta este momento hemos hablado de la radio en onda corta como algo maravilloso; villanamente utilizado; estratégicamente infalible; técnicamente poderoso y económico; y lo más importante: accesible.

\*Accesible?, Porqué entonces no se habla o se escucha a la radiodifusión de onda corta como se hace con las de otras longitudes de onda?

La respuesta es simple, definitivamente las transmisiones locales siempre estarán a la vanguardia y tendrán prioridad en cada región o país donde se originen. Por un lado, el gobierno o los intereses económicos de una nación no darán preferencia a las transmisiones provenientes de otras latitudes, a menos que sean casos muy especiales. Además, las estaciones locales tienen un contacto más intenso y directo con su auditorio, lo que les permite adaptarse a los cambios de gustos y modas en la población o ser ellas mismas las que promueven estos cambios. Diferencia, más no desventaja de la radiodifusión de onda corta, ya que sus objetivos son otros.

Pero aún así, la radio de onda corta no pierde su encanto, \*Qué es lo que la hace interesante?

Lo que le ha dado su reputación es que virtualmente es desconocida para el radio-escucha común y corriente, esto la ha envuelto en una mística. Es que cuando oímos hablar de la radiodifusión de onda corta nos viene en mente algo desconocido, algo lejano como Londres, Moscu, China, que aviva nuestra curiosidad pero que a la vez no nos interesa porque ignoramos todo acerca de ella.

\*Quién escucha la onda corta?, \*Por qué no se informa dónde, cuándo y cómo de la Onda Corta?

La respuesta podría remitirse a una pregunta: \*A quién interesa difundir información sobre las radiodifusoras de onda corta?

Habíamos mencionado ya que las estaciones locales tienen una prioridad, y es algo muy natural, cada lugar defiende sus propios intereses y no se puede permitir que un extraño venga a decirnos como comportarnos en nuestra propia casa, al contrario la cultura propia de cada país debe ser respetada y el intentar imponer modelos culturales ajenos a una región es atentar contra la soberanía de las naciones.

A pesar de ello, la mayoría de los países no entorpecen las transmisiones provenientes de otras latitudes, ni las ayudan, ni les estorban, simplemente no se difunden promocionales que inviten a sintonizar este tipo de estaciones y por lo tanto el auditorio las desconoce, podrá saber de su existencia, pero la información básica acerca de como escucharla no se encuentra fácilmente.

A lo anterior podríamos agregar que es frecuente que los medios locales de difusión masiva, principalmente la radio y la televisión, no consideren dentro de sus políticas el invitar a su auditorio a que cambie de frecuencia para que escuche a uno de sus competidores. Además sería desleal a la nación el invitar a a nuestros compatriotas a que sintonicen una transmisión hecha por extranjeros.

Si alguien esta interesado en escuchar las transmisiones, que desde otros países se realizan, debe necesariamente recurrir a las representaciones diplomáticas. Ello requiere cierto esfuerzo al que el receptor comun no esta acostumbrado, entonces, \*para que molestarse en informarse de lo que la onda corta le ofrece, si cuenta con otras longitudes de onda que le brindan una programación que se ajusta a sus gustos y exigencias?.

Quien escucha la radio de onda corta es una persona a quien le interesa seguir constantemente estas transmisiones y se molesta en investigar al respecto.

Por lo general son extranjeros, desarraigados de sus países a quienes agrada escuchar una voz familiar, o son personas que se interesan por conocer otras culturas, en fin gente interesada.

No existirían estaciones si no hubiera auditorio y no existiría auditorio si no hubiese estaciones, Radiodifusoras como la BBC, la VOA (Voice of America), Radio Moscú, etc. existen para proveer programas solicitados por sus audiencias, a través de una retroalimentación efectuada por medio de cartas.

Ahora bien, ya que determinamos la utilización muy general de la radio de onda corta, \*cuáles serían algunos de los objetivos de este tipo de radiodifusión?

- Transmitir la programación normal de una radiodifusora a regiones o países apartados.
- Como un vínculo de amistad entre los pueblos.
- La búsqueda de ganar nuevos auditorios.
- Para obtener un lugar en el concierto internacional -o en su caso, no perderlo-.
- Para difundir determinada ideología y conquistar nuevos adeptos.
- Para reflejar las opiniones reinantes en un país, una región o un continente.
- Para proyectar una imagen de la vida, la cultura y los avances científicos de la nación desde donde se emite.
- Para fortalecer la identidad política, social, cultural y económica de cada nación.
- Para mostrar la evolución social desde un punto de vista particular.

La importancia de la radiodifusión de onda corta radica en saber construir el mensaje que se intenta difundir.

Cada país selecciona cómo, cuándo y hacia donde transmitir sus emisiones radiofónicas de onda corta, de acuerdo a una política estable de comunicación, sistematizada a otros rubros de importancia, ya sean políticos, económicos o culturales, los cuales se basan en su identidad como nación.

Es en este punto donde podríamos definir la importancia de la radiodifusión en onda corta:

La radiodifusión de onda corta es importante como un instrumento mediante el cual se difundan los principios de bienestar social, dentro de un clima de paz y cooperación internacionales; un medio a través del cual se transmita la palabra y el sentir de las naciones del mundo, en un verdadero intercambio de valores sociales, culturales y políticos.

La importancia de la radiodifusión de onda corta radica en saber emitir el mensaje, en el lograr que ese receptor común y corriente investigue y se interese en escuchar el mensaje, que una nación distinta a la suya, le ha reservado.

La radiodifusión en onda corta es el medio, el problema es definir el contenido de lo que se debe emitir y que tiene que responder a una verdadera política social a seguir en la que se engloben los intereses de todos los sectores de una nación.

La importancia radica en la "transmisión" y el contenido del mensaje, ya los otros aspectos del ciclo comunicativo, en gran medida corresponde al receptor quien si se interesa por escuchar lo que la radiodifusión internacional le ha preparado, investigará al respecto.



### 1.1.2 LA RADIODIFUSION DE ONDA CORTA EN EL MUNDO.

La utilización de las frecuencias de onda corta para la radiodifusión se generalizó después de la segunda guerra mundial, ya que, como habíamos mencionado, se hizo patente su gran importancia, en cuanto a alcance y penetración, de tal manera, que en casi todos los países se implementaron sistemas para difundir sus ideologías, culturas, noticias, etc.

Después de la gran guerra, la mayoría de los sistemas de difusión en Europa pasaron al control y propiedad de los Gobiernos, característica que predomina hasta nuestros días, pero que tiende a regresar hacia la privatización con mayor autonomía para los negocios de difusión y menos control por parte del gobierno.

La mayor parte de las estaciones europeas locales, de ondas medias y largas, son las que principalmente han sufrido ese proceso de vuelta hacia la privatización y readoptado el sistema comercial, excepto claro en los países socialistas; en América, a excepción de algunos estados dictatoriales, casi todas las estaciones radiodifusoras de esas frecuencias, pertenecen a la iniciativa privada.

Pero, ¿qué sucede con las radiodifusoras de onda corta, es decir, con los sistemas de difusión internacional?.

Antes que nada es necesario aclarar que al referirnos a la radiodifusión de onda corta, hablamos de un sistema de difusión utilizado especialmente para salvar grandes distancias, por lo que, con ella hacemos alusión de este recurso como el principal soporte de la radiodifusión exterior o internacional, pero para evitar errores conceptuales al respecto, debemos tomar varias consideraciones:

PRIMERO: que algunos países no utilizan a las frecuencias de la onda corta para transmitir mas allá de sus fronteras, ya que sus sistemas pueden prescindir de éstas.

SEGUNDO: que no todas las estaciones que transmiten en onda corta están sujetas a una política exterior de comunicación social, por lo cual no pueden tomarse en este estudio como un sistema de radiodifusión internacional, que es como hasta este momento hemos considerado a la radiodifusión por onda corta.

TERCERO: que al captar transmisiones en otros idiomas caemos frecuentemente en el supuesto de que son servicios radiofónicos de determinadas naciones hechos especialmente para su difusión en el exterior, lo cual puede ser una equivocación.

Por ello y para evitar errores, debemos considerar a los sistemas de radiodifusión exterior o internacional, como aquellos servicios radiofónicos que emanan de un territorio nacional con destino a una o más audiencias (nacionales o extranjeras) que viven en áreas geopolíticas distintas al lugar donde se origina la señal.

Se aclara esto porque al hablar de sistemas de radiodifusión exterior, internacional o de onda corta, nos referiremos a los servicios que se han diseñado especialmente con ese fin y que determinan la política exterior de comunicación social que sigue cada nación.

Bien pues, entrando propiamente en materia: En la actualidad, la mayor parte de las emisoras de onda corta permanecen bajo control de los gobiernos de cada nación u organismos dependientes del Estado; En otros casos, no pocas, siguen la línea comercial; Existen, además, algunas que están controladas por organizaciones religiosas, las más representativas en este rubro son: la Trans World Radio, la Far East Broadcasting Company Inc., Radio Vaticano y la Voz de los Andes, entre otras.

Asimismo, se pueden encontrar estaciones "clandestinas", es decir, aquellas, que sin permiso, transmiten mensajes de naturaleza política opuesta a los gobiernos de ciertas naciones, y que como su nombre lo dice, trabajan ocultamente desde países vecinos al que dirigen sus señales. Finalmente, existen las llamadas "piratas", que transmiten una programación comercial desde barcos anclados en aguas internacionales.

Por lo general, cada nación posee, por lo menos, un sistema de radiodifusión internacional o de onda corta. Los más importantes emiten su programación en varios idiomas y cuentan con equipo muy poderoso y de gran alcance. Sus tipos de programación varían según la audiencia a la que están dirigidas. Una transmisión normal, en este tipo de radiodifusión contiene:

Noticias internacionales; Noticias locales -consideradas como importantes a nivel mundial-; Comentarios sobre temas diversos; Reportajes; Música; Conciertos; Dramas e Información general de la vida en el lugar desde donde se transmite (por lo regular con la finalidad de promover el turismo o dar a conocer los valores culturales de esa nación).

Igualmente, se incluyen entrevistas con personalidades y algunas estaciones que reciben correspondencia, programan secciones especiales para dar lectura y agradecer al auditorio, el haber escrito sus inquietudes y peticiones.

En su caso, las estaciones religiosas se dedican a difundir el credo que profesan con todos sus servicios inherentes.

Pero, actualmente, \*quién es quién en Radiodifusión de onda corta o internacional?.

Para contestar a esta pregunta podríamos citarlas por varios aspectos importantes como: El número de horas de transmisión; El número de idiomas; Su potencia; Sus frecuencias, etc., y coincidiríamos en mencionar a los gigantes de la radiodifusión internacional, que por lo regular corresponden a los países económicamente o políticamente poderosos. De esta manera, una configuración de los Estados mas importantes por su radiodifusión internacional podría ser la siguiente:

- a) El Reino Unido, por la B.B.C., la de mayor tradición, más no la mas poderosa.
- b) Por su poderio político y militar:
  - Estados Unidos de América: La Voz de América (VDA).
  - La Unión Soviética: Radio Moscú.
  - República Popular de China: Radio Pekin (Beijing).
- c) En Europa Occidental:
  - República Federal Alemana: La Voz de Alemania (Deutsche Welle).
  - Holanda o Países Bajos: Radio Nederland.
  - Francia: Radio Francia Internacional.
  - Austria: Radio Austria Internacional.
  - Italia: Radiotelevisione Italiana.
  - España: Radio Nacional de España.
  - Suiza: Radio Internacional de Suiza.
  - Suecia: Radio Suecia Internacional.
- d) En Europa del Este:
  - República Democrática Alemana: Radio Berlin Internacional.
  - Albania: Radio Tirana.
  - Bulgaria: Radio Sofia.
  - Hungria: Radio Budapest.
- e) En América:
  - Cánada: Radio Canada Intenacional.
  - Cuba: Radio Habana.
  - Ecuador: La Voz de los Andes.
- f) En Africa:
  - Egipto: Radio El Cairo.
  - Sudáfrica: La Voz de Sudáfrica.
- g) En Asia:
  - Israel: Radio Israel.
  - Japón: Radio Japón.
  - India: Radio Panindia (All India Radio).
  - Pakistán: Radio Pakistán.
- h) En Oceanía:
  - Australia: Radio Australia.

Y ya que hemos mencionado a algunos de los países que cuentan con sistemas importantes de radiodifusión al exterior, la siguiente duda por esclarecer podría ser: \*Cuál o cuáles de esas naciones destinan una mayor cantidad de recursos y prestan mas atención a este tipo de radiodifusión?

Para darnos una idea al respecto, en el cuadro siguiente se han incluido las horas de transmisión semanal de cada uno de los principales países que difunden un programación al exterior, en una comparación desde 1950 hasta Junio de 1988: (5)

	1950	1960	1970	1980	1987	1988
USA	497	1495	1907	1901	2336	2360
URSS	533	1015	1908	2094	2251	2257
Rep. Pop. China	66	687	1267	1350	1571	1517
Rep. Fed. Alemana	---	315	779	804	822	831
Reino Unido (BBC)	643	589	723	719	751	756
Egipto	---	301	540	546	542	549
Corea del Norte	---	159	330	597	548	548
Rep. Dem. Alemana	---	185	274	375	451	480
Albania	26	63	487	560	432	459
India	116	157	271	389	430	444
Irán	12	24	155	175	308	390
Cuba	---	---	320	424	382	380
Australia	181	257	350	333	345	345
Nigeria	---	---	62	170	322	322
España	68	202	251	239	263	319
Holanda	127	178	335	289	316	316
Turquía	40	77	88	199	305	305
Francia	198	326	200	125	287	302
Japón	---	203	259	259	280	301
Polonia	131	232	334	337	320	298
Bulgaria	30	117	164	236	297	297
Checoslovaquia	119	196	202	255	259	259
Israel	---	91	158	210	222	223
Sud Africa	---	63	150	183	205	223
Suecia	28	114	140	155	205	209
Italia	170	205	165	169	173	173
Rumanía	30	159	185	198	170	170
Canadá	85	80	98	134	163	166
Portugal	46	133	295	214	145	145
Yugoslavia	80	70	76	72	88	88
Hungría	76	120	105	127	122	84

En el cuadro anterior se incluye una lista menor a la mitad de los países que transmiten al exterior. Pero es suficiente para darnos un panorama general de cómo se ha desenvuelto el panorama de radiodifusión exterior en el mundo. Como se puede observar, existen grandes diferencias, lo que ubica a algunos países como los gigantes de la radiodifusión exterior.

(5) Fuente: International Broadcasting & Audience Research, Londres, Junio de 1988. Es importante mencionar que USA incluye a la VOA, Radio Free Europa, Radio Free Afghanistan, Radio Liberty y Radio Martí; por su parte, la URSS incluye Radio Moscú, Radio Station Peace & Progress, así como estaciones regionales; La Rep. Fed. de Alemania abarca Deutsche Welle y Deutschlandfunk.

Dentro de los países antes listados, podríamos hacer otra subclasificación: Por el número de horas que transmiten en otros idiomas. En la siguiente lista se a seleccionaron a las seis que trabajan con el mayor número de idiomas distintos: (6)

	BBC	USA	URSS	China	Alem.F.	Egipto	N.Corea
Alemán	21:00	---	73:30	17:30	334:30	7:00	11:45
Arabe	63:00	66:30	73:30	21:00	29:15	223:30	23:15
Bengali	9:15	14:00	15:15	7:00	5:45	7:00	---
Búlgaro	12:30	71:00	7:00	7:00	17:30	---	---
Burmese	7:00	10:30	10:30	10:30	---	---	---
Chec/Eslov	21:00	165:00	24:30	7:00	23:45	---	---
Chino:							
-Cantonés	5:15	3:30	21:00	52:30	---	---	---
-Mandarín	17:30	59:30	168:00	537:00	18:45	---	29:15
Español:							
-L. América	31:30	175:00	81:45	35:00	24:30	8:45	29:15
Finlandés	8:30	---	19:00	---	---	---	---
Francés:							
-África	22:45	32:00	91:00	28:00	24:00	14:00	23:15
-Europa	12:15	---	84:00	31:30	5:15	8:45	23:15
Griego	10:30	3:30	21:00	---	5:45	---	---
Hausa	8:45	5:00	17:30	7:00	11:00	14:00	---
Hindú	14:00	14:00	24:30	14:00	5:45	7:00	---
Húngaro	17:30	151:30	10:30	7:00	14:25	---	---
Indonesio	10:30	21:00	21:00	21:00	11:45	10:30	---
Inglés	203:30	387:15	302:30	122:30	74:30	54:15	75:45
Japonés	7:00	---	35:00	45:30	5:45	---	67:00
Malasio	1:45	---	---	14:00	---	7:00	---
Nepalés	1:45	---	7:00	7:00	---	---	---
Pashto	7:00	21:00	28:00	7:00	5:45	7:00	---
Persa	12:15	24:30	49:00	7:00	11:45	14:00	---
Polaco	26:30	180:00	70:00	10:30	18:15	---	---
Portugués:							
-África	10:30	10:30	14:00	14:00	5:45	---	---
-Brasil	8:45	14:00	24:30	14:00	16:15	8:45	---
-Europa	10:30	---	14:00	17:30	5:45	---	---
Rumano	14:30	106:00	35:00	7:00	17:30	---	---
Ruso	46:00	280:00	281:45	91:00	35:00	---	23:15
Serbo/Crota	10:45	8:45	21:00	10:30	16:30	---	---
Sloveno	5:45	3:30	3:30	---	4:30	---	---
Somalés	7:00	---	7:00	---	---	7:00	---
Swahili	7:00	5:00	24:30	10:30	19:45	14:00	---
Tailandés	7:00	3:30	7:00	14:00	---	7:00	---
Tamil	3:00	---	7:00	7:00	---	---	---
Turco	11:30	7:00	35:00	14:00	11:45	7:00	---
Urdo	8:45	14:00	28:00	7:00	5:45	10:30	---
Vietnamita	8:45	14:00	21:00	84:00	---	---	---

(6) Fuentes: International Broadcasting & Audience Research, Londres, Junio de 1988.

La lista antes citada, podría ser engañosa por el hecho de que sólo muestra los idiomas que se utilizan en las emisiones exteriores de la BBC, por lo que parece que es la que transmite con el número mayor, pero la realidad es otra, ya que, las 2 gigantes: Rusia y Estados Unidos transmiten en 84 y 50 lenguas distintas respectivamente, lo mismo Radio Beijing (Pekin) que supera por más de dos veces a la BBC, hecho que no demerita su trabajo dado que su auditorio es amplísimo.

Como podemos apreciar, ahora nuestro panorama radiofónico se ha aclarado grandemente y podemos hacer una lista de los sistemas radiofónicos externos más importantes del mundo:

- 1.- Estados Unidos
- 2.- Unión Soviética
- 3.- China
- 4.- Reino Unido
- 5.- República Federal de Alemania
- 6.- Holanda
- 7.- Egipto
- 8.- Corea del Norte
- 9.- República Democrática Alemana
- 10.- Australia
- 11.- India
- 12.- Cuba
- 13.- Canadá
- 14.- Israel
- 15.- Sudáfrica

Las cinco primeras siempre se encuentran a la vanguardia en cuanto a cobertura, potencia, frecuencias, auditorio, idiomas, etc..

Otra característica que comparten es que utilizan las frecuencias de 6, 9, 11, 15 y 17 Mhz., es decir de 49, 31, 25, 19 y 16 metros, lo que no quiere decir que no se aprovechen otras bandas.

Asimismo, un aspecto digno de mencionarse, es que los "verdaderamente importantes" sistemas de radiodifusión internacional, cuentan con estaciones de retransmisión o "relay stations", mediante las cuales impulsan su señal para llegar a todas las rincones del mundo, y decimos los verdaderamente, debido a que el mantener este tipo de retransmisoras es muy costoso.

Para tener un mejor panorama al respecto, se sugiere consultar el anexo número 1 que contiene las frecuencias y las relay stations de los complejos radiofónicos más importantes.

Y ya que observamos esta gran actividad, nos surgen varios cuestionamientos: \*Para qué tomarse tantas molestias?, \*Cuál es su finalidad?, \*Hacia donde dirigen sus transmisiones?.

Como sabemos, todo ciclo comunicativo cuenta con dos elementos fundamentales: Emisor y Receptor.

Ya hablamos del Emisor, y \*qué sucede con el receptor?

Este existe calladamente para justificar el trabajo de las estaciones.

El hablar del auditorio de una radiodifusora es algo muy especulativo, y más si nos referimos al que se encuentra esparcido en todo el mundo.

Aún así, el auditorio de la Onda Corta, como ya habíamos mencionado, es muy especial. Quien escucha estas frecuencias generalmente lo hace por costumbre y frecuentemente se pone en contacto con las emisoras a través de la correspondencia, hecho que facilita su control, pero ello no significa que todos escriban.

El auditorio de la Onda Corta puede catalogarse en dos grupos generales:

A) EMIGRANTES o desarraigados de su patria, gente que habita en otros países y que recurre a la onda corta para enterarse de lo que ocurre en su lugar de origen o simplemente para reafirmar sus raíces.

B) RADIO-AFICIONADOS que gustan de escuchar las emisiones radiofónicas de otras naciones, ya sea, para ampliar sus horizontes, mediante el conocimiento de otras culturas; para satisfacer su curiosidad o simplemente por intereses personales.

En este punto, nuestro siguiente cuestionamiento podría ser: \*Donde se escucha más la Onda Corta?.

En este caso, la respuesta no es tan sencilla, en Europa se nota una mayor sensibilidad a este respecto, los años de la guerra formaron el hábito, en el auditorio, para sintonizar estas frecuencias, debido principalmente a la ocupación Nazi, entre otros factores. Ello no quiere decir que en otros lugares no se escuche, al contrario, el que las grandes radiodifusoras apunten sus antenas hacia determinadas zonas geográficas, significa que cuentan con un auditorio potencial.

No sería lógico ni casual que inviertan grandes sumas de dinero para este concepto si no supieran que van a ser sintonizados. De una u otra manera, existen estudios realizados sobre el auditorio potencial para las medios de difusión, en los cuales se incluyen al de la onda corta.

El siguiente cuadro muestra una estadística aproximada, por regiones o zonas geográficas, de los porcentajes de los dueños de aparatos radiofónicos y de ellos cuales tienen acceso a la onda corta (7):

EUROPA		Radio	Onda Corta	ASIA		Radio	Onda Corta	
	%	%		%	%		%	
Austria (N)	**	36	Bangladesh (U)	51	36			
Finlandia (N)	**	66	China: Beijing	79+	72			
Francia (N)	**	32	Guangznou	59+	56			
Alemania Fed. (N)	**	67	India: Uttar Pradesh	61	49			
Holanda (N)	**	36	Rajasthan	60	56			
Portugal (N)	86	38	Tamil Nadu	59	50			
Turquía (N)	92	74	Indonesia (U)	76	73			
<b>INDIAS OCCIDENTALES</b>				Japón (N)	95	61		
Antigua (U)	91	39	Corea del Sur (N)	86	16			
Barbados (U)	95	50	Malasia (Peninsular)	84	70			
Grenada (U)	91	46	Pakistán (U/PR)	58	56			
Jamaica (U)	97	30	Filipinas (N)	69	34			
Sta. Lucia (U)	92	37	Tailandia (N)	91	18			
San Vicente (U)	95	58	<b>AMERICA DEL NORTE</b>					
Trinidad (U)	97	27	Cánada (N)	**	5 a 10			
<b>AMERICA LATINA</b>		%	%	<b>MEDIO ORIENTE/N.AFRICA</b>		%	%	
Argentina (U)	92	36	Bahrain (U)	98	81***			
Brasil (U)	91	64	Egipto (U)	84	76			
Chile (U)	96	71	Israel (N)	98	46			
El Salvador (U)	97	49	Jordán (N)	90	81			
Guatemala (N)	97	50	Marruecos (U)	96	76			
México (U)	96	16	Omán (U)	97	69***			
Perú (U)	97	73	Qatar (Doha)	99	78***			
Uruguay (Montev.)	99	58	Túnez (U)	94	65			
Venezuela (U)	94	31	Yemen (U)	95	67			

-----continua.-----

(7) Fuente: World Radio & Television Reciveres, de International Broadcasting & Audience Research, BBC, Londres, Junio de 1988.  
 Acotaciones: (U) solo urbano; (N) Nacional; (U/PR) Urbano/Parte rural; (+) Radio Cassettes solamente; (\*\*) prácticamente el 100% de la población tiene acceso a la radio; (\*\*\*) estimaciones, tal vez el acceso a la onda corta sea mayor.



	Radio	Onda Corta		Radio	Onda Corta
	%	%	A F R I C A	%	%
Camerún (U)	94	88	Kenya (N)	47	45
Mali (Bamako)	95	89	Mauritania, Nouakchott	88	60
Niger (Niamey)	91	86	Nigeria (N)	68	59
Sudáfrica (N)	94	61	S. Leona: Freetown	87	60***
Zaire (U)	55	42***	Kabala	53	n.a.

En si, los datos arriba mencionados, sirven para mostrarnos muy superficialmente la manera en que se desenvuelve la radiodifusión en onda corta en el mundo:

Por un lado, quienes transmiten y su forma de hacerlo, y por el otro, quienes escuchan y como lo hacen.

Cabe resaltarse, que respecto al caso de México, en el cuadro anterior se puede observar claramente que es el país que menos acceso tiene a la onda corta, por lo prácticamente es desconocida en nuestro territorio.

Al avanzar en este estudio analizaremos el porque de esa situación y el futuro que le espera a la radiodifusión nacional en onda corta, así como otros aspectos relevantes.

**BRITISH  
BROADCASTING  
CORPORATION**

**(BBC)**

## 1.2 BRITISH BROADCASTING CORPORATION

Como hemos podido observar durante el desenvolvimiento de este estudio, la radiodifusión internacional en onda corta es una actividad muy específica, y lo mismo podemos decir de su auditorio.

El solo hecho de difundir una señal en el espectro electromagnético a sabiendas de que alguien lo va a escuchar, amerita dar a nuestra transmisión un contenido, podríamos decir, "digno", a lo cual hay que agregar que, por sus ya comprobadas características de gran influencia y penetración, esta actividad debe realizarse dentro de una profunda ética.

Lo anterior tiene una mayor relevancia en la radiodifusión en onda corta debido a que su auditorio posee características más especiales:

Ya habíamos mencionado que quien escucha la onda corta es una persona quien se encuentra verdaderamente interesada en hacerlo, alguien que se tomó la molestia de investigar las frecuencias y los horarios de las emisiones que desea escuchar. Es gente que sintoniza esta radiodifusión por algún motivo que lo mueve directamente, puede ser un verdadero radio-aficionado, o un emigrante que desea tener noticias sobre su país, etc.. Es en sí, el auditorio más fiel a las transmisiones regulares, el que todos los días esta atento al mensaje que se ha preparado especialmente para él.

Y ya que tocamos este punto, a un auditorio especial, necesariamente debe corresponder una opción especial de difusión en onda corta.

Para poder llevar a cabo este estudio necesariamente debemos ubicarnos dentro de la realidad radiofónica mundial.

Sabemos como se ha polarizado el mundo en dos núcleos principales y cada uno buscando el inclinar la balanza de la opinión pública mundial hacia su ideología. A pesar de ello, existen alternativas que no se comportan de una manera tan tendenciosa, por ello, hemos querido poner a la BBC de Londres como el ejemplo y la vanguardia en la radiodifusión de onda corta en el mundo.

**\*Por qué la BBC?**

Esto se debió a varias razones, de las cuales a continuación enumeraremos algunas:

a) Porque es considerada el alma mater de la radiodifusión internacional, y la que ha demostrado ser una de las más serias, la que está respaldada por toda una tradición de objetividad, que en estos días se podría poner en tela de juicio, pero que comparada con otros sí se ubica entre las menos tendenciosas.

b) Por su gran experiencia radiofónica internacional: Durante la época del imperio Británico, y en los años de la segunda guerra mundial.

c) Porque no existen hasta el momento, intereses económico-políticos "manifiestos" que determinen sus puntos de vista.

d) Porque ha demostrado una enorme práctica en cuanto a la radiodifusión internacional,

e) Porque su servicio mundial es el más escuchado en el planeta, según encuestas tiene un auditorio de 120 millones de personas.

e) Debido a que es una de las que tienen más tiempo transmitiendo su señal hacia Latinoamérica y la que lo ha hecho ininterrumpidamente durante más de 50 años.

**\*Por qué la Vanguardia?**

a) Porque ha sabido combinar diversas cuestiones dentro de sus emisiones y que la ubican como la radiodifusión más libre, profesional y seria; más educativa y preocupada por las inquietudes de su auditorio,

b) Su característica de Europea o posición geo-política, le da mayor fuerza, ya que comparte y vive más de cerca los problemas político-sociales entre los bloques en que se ha dividido el mundo, debido a sus lazos más estrechos con los países socialistas.

c) Porque es pionera en muchas cuestiones técnicas propias de la difusión radiofónica.

d) Porque es una de las más potentes en el mundo.

e) Porque esta respaldada de un complejo y prestigioso equipo a nivel mundial.

Aclarado lo anterior, ahora observemos más de cerca lo que es este gigante de la radiodifusión mundial.

La British Broadcasting Corporation nació en 1922. Sin embargo, sus servicios de emisiones para el exterior comenzaron hasta 10 años más tarde. En diciembre de 1932 (el día 17) se inauguró lo que en ese entonces se conoció como "The Empire Service" (Servicio Imperial) antecedente directo del World Service (Servicio Mundial) y lo que marca el inicio de la radiodifusión internacional Británica en onda corta.

Pero antes de hablar del servicio mundial de la BBC, sería conveniente hacer un breve análisis de lo que es este coloso de la radiodifusión, considerado por muchos como el representante clásico de esta actividad, \*Cómo esta organizado?, \*Cómo funciona?, sus principales políticas, etc., ello con el fin de entender mejor su concepción de lo que debe ser la radiodifusión internacional.

### 1.2.1 ANALISIS GENERAL (8)

En mayo de 1922, la Oficina Postal Británica, departamento el cual regula la radiodifusión en el Reino Unido, convocó a una junta a los industriales interesados en conformar lo que posteriormente sería la British Broadcasting Company, institución creada con una finalidad netamente comercial, debido a la idea de que el habilitar un servicio de difusión, estimularía la venta de receptores.

-----  
(8) Palau Burton, BRITISH BROADCASTING IN TRANSITION, London, McMillan, 1961. Además de distintas fuentes que incluyen folletos y publicaciones, provenientes, en su mayoría, directamente de las oficinas de la BBC, tanto en Londres como en México.

La compañía comenzó a transmitir en Enero de 1923 y era controlada por las seis mas grandes empresas productoras de equipos de transmisión. Pronto se desarrollo una programación y se instalaron estaciones en Londres, Manchester, Birmingham, Newcastle-upon-Tyne y Glasgow.

Unos meses mas tarde, la historia cambio, ya que la nueva compañía enfrentó problemas financieros y otras dificultades, las cuales conllevaron a que el gobierno convocara a varias reuniones y hasta que se diseñaran los planes para una agencia permanente de difusión. Finalmente se estipuló lo que sería la British Broadcasting Corporation a partir del 1 de Enero de 1927, en ese momento, la radiodifusión en el Reino Unido se convirtió en un monopolio del Estado, financiado por las tarifas de la licencia para receptores y administrada por una corporación pública independiente.

La BBC de Londres, como corporación, se creó por Orden Real en 1927. A través de ella, adquirió una licencia del Ministerio del Interior, el cual es el encargado de la radiodifusión. Este ministerio establece los terminos y condiciones de acuerdo a las cuales la BBC tiene permiso de usar sus equipos y estaciones de transmisión. En teoría, el Ministerio del Interior controla las actividades de la BBC, pero en la práctica, se manifiesta en reserva, dejando a la BBC planear sus actividades sin interferencia.

Es importante señalar que, actualmente en el Reino Unido solo dos organismos estatales son los encargados de proveer servicios de radio y televisión a todo el país. Ellos son: La British Broadcasting Corporation (BBC), y la Independent Broadcasting Authority (IBA). La competencia de ambas instituciones, esta confinada no a cuestiones comerciales, sino de programación, que ha fomentado la búsqueda para mejorar cualitativamente sus producciones. A pesar de ello y por intereses de este estudio, solamente nos concretaremos a lo que es la BBC, y omitiremos cualquier otro aspecto ajeno a esta institución.

Como ya habíamos mencionado, la BBC se apega a las políticas definidas por el parlamento, pero por lo demás es completamente independiente, ello la obliga a ser cuidadosa en cuanto a que sus programas tengan un buen equilibrio temático, muestren imparcialidad y precisión en las noticias difundidas, y que no ofendan al buen gusto. Por si esto fuera poco, su labor es asesorada por distintos comites sobre una gran variedad de materias.

Por más de 60 años, la BBC ha transmitido considerando una amplia base programática que comprende tres rubros principales: entretenimiento, información y educación.

En cuanto a sus objetivos de difusión de cultura y arte, la BBC es la mayor promotora de actividades de este tipo e inclusive ha asignado un mayor presupuesto en este sentido que con el que dispone el Consejo de Artes del Reino Unido, por ejemplo, la BBC cuenta con 6 orquestas y cada año casi 19 000 horas de música y programas educativos son transmitidos a través de la radio y televisión nacionales, y cuenta además con una amplia gama de programas de educación continua.

En lo tocante a la cuestión económica, los servicios nacionales de la B.B.C. se mantienen a través de la recaudación obtenida por el pago de permisos de recepción tanto de radio como de televisión, a lo que hay que agregar los beneficios obtenidos de transacciones realizadas por la BBC Enterprises Limited. -brazo comercial de la BBC-, la cual comercializa las múltiples producciones de la BBC en todo el mundo y los beneficios obtenidos los reinvierte en nuevas producciones.

Contrario a lo antes mencionado, los Servicios Mundiales de la B.B.C. (World Services) se sostienen mediante un subsidio proveniente del Ministerio de Relaciones Exteriores y de la Commonwealth (Comunidad Británica de Naciones).

La BBC siempre ha rechazado la idea de transmitir publicidad, ya que sus directivos argumentan que ello podría debilitar altamente su independencia y sus niveles de calidad, y que el entrar en una lucha por ganar mayores auditorios provocaría el ignorar las necesidades de las minorías. La BBC responde a 19.3 millones (9) de personas que pagan la tarifa del uso de aparatos de televisión-, sin contar a sus familias-, con la libertad y la responsabilidad de producir programas que satisfacen las demandas de todos los sectores sociales, sin hacer alguna diferencia. Esta contribución de la que hablamos, permite brindar al auditorio un servicio doméstico de radio y televisión que comprende:

-Dos canales de televisión:  
BBC 1  
BBC 2

-Cuatro frecuencias de Radio:  
Radio 1  
Radio 2  
Radio 3  
Radio 4

-Transmisiones Nacionales-Regionales en Escocia, Gales e Irlanda del Norte; Televisión regional en Inglés y programas en Gales a través del canal S4C. el cual también pertenece a la BBC.

-----  
(9) Fuente: BBC, Annual Reports and Accounts 1987-1988; BBC, London, 1988. p.69

-29 Estaciones locales de Radio en Inglaterra y las Islas del Canal.

Todas estas actividades dentro de un servicio nacional de difusión al cual, como ya habíamos mencionado, están inscritos 19.3 millones de personas, a quienes se deben satisfacer sus diversas demandas, \*Cuáles son sus prioridades?, Cómo ha definido sus políticas de difusión?, para darnos una mejor idea veamos como fue que se dividió el presupuesto total de la BBC durante 1988: (10)

-TELEVISION:	64.33%
-RADIO:	23.67%
-RE-EQUIPAMIENTO Y OTROS GASTOS:	5.18%
-RESERVA:	6.79%

Como se puede observar, la televisión ocupa un lugar prioritario en la planeación presupuestal de la BBC, debido a que es la actividad que cuenta con un número mayor de audiencia y que por lo tanto, produce mayores beneficios a la institución. Este porcentaje incluye a BBC 1, BBC 2, Televisión Regional y los costos de Transmisión. La Radio ocupa un segundo lugar, pero ello no le resta importancia, se incluye en su presupuesto a las Radios 1,2,3 y 4, así como la Radio Regional, la Radio Local y los costos de transmisión.

Lo anterior puede darnos una idea de cual es el orden de importancia en las actividades de la BBC, omitiendose, por supuesto, los servicios mundiales, que no comparten la misma fuente presupuestaria y que mas adelante analizaremos con mayor detenimiento.

-----  
(10) Fuente: BBC, Annual Reports and Accounts 1987-1988; BBC, London, 1988. p.46



## ORGANIZACION GENERAL DE LA BBC

Y ya que mencionamos algunas de las características y prioridades de la BBC, podríamos ofrecer un panorama general de acuerdo a su organigrama general, el cual esta conformado de la siguiente manera:

### A) CONSEJO DE GOBERNADORES: Board of Governors:

Presidente del Consejo (Chairman)  
Vicepresidente del Consejo (Vice-Chairman)  
Gobernador Nacional para Escocia (National Governor for Scotland)  
Gobernador Nacional para Irlanda del Norte (North Ireland)  
Gobernador Nacional para Gales (Wales)  
7 Gobernadores más (Governors)

El Consejo de Gobernadores, es la autoridad suprema dentro de la BBC. Esta constituido por doce miembros incluido el presidente, quienes por lo general, permanecen cinco años en su cargo y son nombrados, cada uno, por la Reina con el asesoramiento del Gobierno. Entre ellos hay representantes para Escocia, Gales e Irlanda del Norte. Los Gobernadores son los responsables, en definitiva, de todos los aspectos de la radio y la teledifusión. Son ellos quienes vigilan los intereses del público en las transmisiones de la BBC.

Asimismo, la responsabilidad de mantener y elevar los niveles de la programación descansa en ellos. Sin embargo, su función central radica en mantener a la BBC dentro de los parametros de una política definida por el Parlamento, por lo que dejan la diaria ejecución de decisiones al Director General y a otros altos directivos, a quienes citan periódicamente con el fin de demandarles explicaciones sobre labores encomendadas.

Los consejos nacionales de difusión (National Broadcasting Councils) para Escocia, Gales e Irlanda del Norte, regulan la política y el contenido de los programas de radio y televisión destinados principalmente a sus respectivas regiones.

Entre las atribuciones del Consejo de Gobernadores esta también la de nombrar a los directivos de la BBC.

**B) CONSEJO DIRECTIVO:**  
Board of Management:

DIRECTOR GENERAL  
Director General

DIRECTOR GENERAL SUPLENTE  
Deputy Director-General

Direcciones de área: (11)

SERVICIO MUNDIAL World Services	TRANSMISION REGIONAL Regional Broadcasting	RADIO Network Radio	TELEVISION Network Television	RECURSOS HUMANOS Personnel
	INGENIERIA Engeneering	ASUNTOS CORPORATIVOS Corporate Affairs	FINANZAS Finance	

**C) Otros departamentos que no corresponden al consejo directivo:**

UNIDAD DE POLITICA Y PLANEACION Policy & Planning Unit	TRANSMISIONES EDUCATIVAS Educational Broadcasting	BBC ENTERPRISES LTD.
---	--	----------------------

(11) Nota, para intereses de este estudio, no consideramos necesario el entrar en explicaciones de aspectos administrativos o de tipo técnico, por lo que, de las áreas antes mencionadas, solo haremos una breve descripción de lo que es la Radio y la Televisión de la BBC, para después entrar en materia de Radiodifusión por Onda Corta (El Servicio Mundial de la BBC).

## LA TELEVISION DE LA BBC

La BBC ha difundido emisiones regulares de televisión desde 1936 a excepción de los años durante los cuales tuvo lugar la segunda guerra mundial.

La British Broadcasting Corporation cuenta con dos canales nacionales de televisión: BBC 1 y BBC 2, los cuales transmiten en Ultra Alta Frecuencia (Ultra High Frequency, UHF), además, tiene infraestructura para Televisión Regional.

-Cada uno de los canales de la BBC transmite cada semana unas 100 horas de programas.

-Todos los programas del BBC 2 y la mayoría de los del BBC 1 se transmiten por red nacional.

-Con ambos servicios se procura satisfacer simultáneamente los distintos gustos del público.

-Los dos servicios abarcan la totalidad de la producción televisada.

-Casi el 99% de la población tiene acceso a los servicios de televisión.

Del presupuesto designado para la televisión por la BBC, este se distribuyó durante 1988 de la siguiente manera:(12)

BBC 1:	60%
BBC 2:	24%
TELEVISION REGIONAL:	13%
COSTO DE TRANSMISION:	3%

Este cuadro nos permite observar claramente las prioridades de la difusión televisiva, que favorecen grandemente a BBC 1. Por qué esa diferencia? El BBC 1 y el BBC 2 son canales de televisión, podría decirse, complementarios, no debe existir una competencia entre ellos, ya que tienen los mismos objetivos sociales de comunicación. Su programación es la que determina, en la mayoría de los casos, el auditorio que los sintoniza y consecuentemente el presupuesto que les corresponde, pero eso no significa que el efecto no sea al contrario: que el presupuesto determine la programación y ésta al auditorio o que el auditorio sea decisivo para el presupuesto y la programación. En fin sea lo que sea, el BBC 1 aventaja bastante al otro, lo que influye para que se convierta en una prioridad para los proyectos comunicativos de la BBC.

-----  
(12) Fuente: BBC, Annual Report and Accounts. 1987-1988... pp 46.

Según encuestas realizadas, el promedio de horas a la semana que una persona pasa frente al televisor es de 25, de las cuales, la BBC, es decir sus dos canales, tienen el 49%, y de ese promedio, al BBC 1 corresponde el 37% y al BBC 2 el 12%: (13)

	Alcance % de población		Permanencia persona/semanal Horas:minutos	Compartido Televisión %
	Diario	Semanal		
BBC 1	63.9%	90.4%	9:24 (*)	37%
BBC 2	36.4%	79.8%	2:59 (*)	12%
<b>Total BBC</b>	<b>68.0%</b>	<b>91.4%</b>	<b>12:23</b>	<b>49%</b>
-----				
<b>Total TV comercial</b>	<b>66.1%</b>	<b>90.6%</b>	<b>12:45</b>	<b>51%</b>
-----				
<b>Total TV Reino Unido</b>	<b>76.3%</b>	<b>92.7%</b>	<b>25:08'</b>	<b>100%</b>
-----				

(\*) Aquí se puede apreciar claramente la gran diferencia de personas que permanecen frente al televisor entre los dos canales el BBC 1 y el BBC 2.

Pero, antes de continuar, sería conveniente el determinar cuales son las características y diferencias de los 2 canales de Televisión, ello nos facilitará el aclarar las disparidades entre estos:

**BBC 1:** Difunde programas de interés general como espectáculo y revista, comedias, deportes, asuntos de actualidad, programas infantiles y emisiones desde exteriores. Cuenta además con un servicio matutino de difusión, consistente en 2 horas y media diarias -de Lunes a Viernes-, de noticias, información y distracción general.

**BBC 2:** Da mayor importancia a los intereses de las minorías, aunque también presenta documentales, programas de turismo y viajes, obras dramáticas serias, música, programas sobre pasatiempos y películas internacionales.

-----  
(13) Fuente: BBC Annual Reports and Accounts, Londres 1987-88, p. 67.

En cuanto a los contenidos ambos canales denotan diferencias debidas a la búsqueda de distintos auditorios de acuerdo a las prioridades comunicativas de la BBC. En un análisis realizado por la propia BBC, las producciones de televisión realizadas durante el periodo 1987-1988, arrojan los siguientes resultados:(14)

PRODUCCIONES DE LA BBC	BBC 1 Horas	BBC 2 Horas	TOTAL Horas
-Caracterizaciones, documentales y asuntos corrientes	1017	1057	2074
-Deportes	732	954	1686
-Entretenimientos ligeros	615	211	826
-Programas infantiles	606	86	692
-Transmisiones escolares		502	502
-Dramatizaciones	320	139	459
-Educación continua	153	121	274
-Religión	137	40	177
-Música	14	131	145
-Clima	83	26	109
<b>Subtotal</b>	<b>3677</b>	<b>3267</b>	<b>6944</b>
-Noticias y programas informativos	918	263	1181
-Series Británicas y Extranjeras, así como dibujos animados	1390	924	2314
-Continuidad	161	170	331
-Universidad abierta	128	661	789
<b>TOTAL</b>	<b>6274</b>	<b>5285</b>	<b>11559</b>

Las diferencias principales, como se puede apreciar, radican fundamentalmente en la transmisión de programas educativos y aquellos dedicados a la Universidad. Asimismo en cuanto a noticias, series y musicales.

El BBC 1, dedica mayor tiempo a la difusión de programas de Entretenimiento y Noticiosos; En cambio en el BBC 2 existe una mayor inclinación hacia la Cultura, y la Educación.

(14) Fuente: BBC Annual Reports and Accounts, Londres 1987-88, p. 65.

## LA RADIO DE LA BBC

La B.B.C. tiene cuatro canales de radio de ámbito nacional: Radio 1, Radio 2, Radio 3 y Radio 4. La mayoría de los programas en Radio 2 y Radio 3 son transmitidos en estéreo en Muy Alta Frecuencia/Frecuencia Modulada (VHF/FM). Asimismo, la BBC cuenta con 32 emisoras de radio locales que abarcan Inglaterra y las islas del canal y cuenta con servicios de radio regionales en Escocia, Gales e Irlanda del Norte.

Como ya habíamos expuesto anteriormente, en el presupuesto global de la BBC para 1988, un 23.6% correspondió a la radiodifusión nacional, esa partida presupuestaria se distribuyó de la siguiente manera: (15)

---

RADIO 1	9%
RADIO 2	17%
RADIO 3	17%
RADIO 4	21%
RADIO REGIONAL	14%
RADIO LOCAL	15%
TRANSMISION	7%

---

Al igual que la Televisión, en la radio existe una complementación entre las labores de los diferentes canales de difusión, en este caso los cuatro, sin contar a los radios regional y la local. \*Cuáles son las diferencias entre las cuatro radiodifusoras de la BBC?

RADIO 1 transmite música "rock" y "pop".

RADIO 2 música y programas ligeros de distracción, además de ser el canal principal que se ocupa de los deportes. Transmite las 24 horas.

RADIO 3 transmite principalmente música clásica, así como producciones dramáticas, poesía y relatos cortos, charlas y documentales, y el comentario de torneos de cricket (solo en onda media).

RADIO 4 es la red principal de programas hablados, pues transmite los principales boletines de noticias y servicios informativos, así como radionovelas, programas humorísticos y concursos. También difunde sesiones del parlamento y retransmisiones de acontecimientos públicos importantes.

-----  
(15) Fuente: BBC, Annual Report and Accounts, 1987-1988, Londres, 1988. pp 46.

\*Y cuál de estas estaciones es mas escuchada?

Según estadísticas efectuadas en 1988, en el Reino Unido, el promedio de el número de horas a la semana en las que el radioescucha sintonizaba la radio fué de nueve horas, de las cuales 6 y media (es decir el 72%) fué para las estaciones de la BBC en su conjunto, el otro 28%, que corresponde a 2 y media horas, fué para radiodifusoras independientes.

En la tabla siguiente se puede observar el porcentaje total de la población que escucha la radio en alguna hora del día o la semana en cada uno de los servicios de la BBC. Asimismo se da el promedio de la cantidad de horas que el auditorio sintoniza la radio a la semana -incluyendo no-escuchas-, y el promedio del tiempo invertido al día. Finalmente, se describe como se distribuyó el total del tiempo entre cada estación. (16)

	Penetración % de población		Tiempo		Audiencia Compartida %
	diario	semanal	p/general diario	p/contrib. semanal	
RADIO 1	11.9%	30%	2:29	2:57	27%
RADIO 2	8.9%	21%	1:42	2:41	19%
RADIO 3	1.1%	5%	0:09	2:02	2%
RADIO 4	7.5%	15%	1:00	1:53	12%
RADIO LOCAL	5.5%	18%	0:57	2:28	10%
RADIO REGIONAL	1.4%	4%	0:11	1:52	2%
TOTAL BBC	32.7%	62%	6:28	2:49	72%
TOTAL RADIO	43.5	74%	9:00	2:57	100%

Es curioso el observar que la RADIO 1, a pesar de ser la estación a la cual se le ha asignado menor presupuesto, es la que tenga un auditorio mucho mayor que aquel con que cuenta la RADIO 4 que es la que goza de mas recursos financieros.

(16) Fuente: BBC, Annual Report and Accounts, BBC, Londres, 1988, pp. 68.

En este caso es la programación la que ha determinado al auditorio. La música en la radio es determinante, así lo demuestra el caso de la Radio 1, la cual, con Rock y Pop, se ha hechado a la bolsa a uno de los sectores del auditorio más numeroso, con lo que se ha impuesto a sus estaciones hermanas, en cuanto a entretenimiento. Pero observemos más a fondo el porque de esas diferencias tan marcadas: (17)

PRODUCCIONES BBC	RADIO-1 Hrs	RADIO-2 Hrs	RADIO-3 Hrs	RADIO-4 Hrs	TOTAL Hrs
-Entretenimiento					
-Ligero	15	328	1	319	663
-Drama	1	-	145	822	968
-Asuntos comunes, caracterizaciones y documentales	156	114	491	3 771	4 532
-Deportes	-	686	524	81	1 291
-Música	6 347	7 350	5 110	197	19 004
-Programas Infantiles	-	-	-	6	6
-Religión	-	52	101	243	396
-Escolares	-	-	-	487	487
-Educación Continua	-	-	-	221	221
-Noticias	188	430	248	1 213	2 079
-Continuidad	7	52	191	265	515
<b>SUBTOTAL</b>	<b>6 714</b>	<b>9 012</b>	<b>6 811</b>	<b>7 625</b>	<b>30 162</b>
-Universidad Abierta	-	-	71	154	225
<b>TOTAL</b>	<b>6 714</b>	<b>9 012</b>	<b>6 882</b>	<b>7 779</b>	<b>30 387</b>

Según estas cifras, la BBC dedica mayor presupuesto a las transmisiones de tipo educativo-artístico-cultural, así como informativas como es el caso la programación de la Radio 4, en la que se nota una mayor inclinación hacia este tipo de emisiones. En cambio en el caso de la Radio 1, con una programación, podría decirse "descuidada", ya que, esta orientada única y exclusivamente a la música popular-juvenil y no aquella comunmente llamada "seria".

Las otras dos estaciones, muestran una programación un poco más balanceada, en cuanto a que difunden temáticas similares.

(17) fuente: BBC Annual Reports and Accounts, Londres 1988, p.66.



## 1.2.2 SERVICIO MUNDIAL DE LA BBC (18)

El Servicio Mundial de la BBC de la Gran Bretaña, transmite al mundo en Inglés y en otros 36 idiomas durante más de 750 horas a la semana. Se estima que 120 millones de personas, en todo el mundo (excluyendo China), escuchan las transmisiones de este Servicio. Sus programas están diseñados para dar noticias, reportes de eventos mundiales y presentar una amplia imagen de la vida Británica. Es un servicio de difusión internacional organizado por la BBC donde las noticias son la piedra angular de las transmisiones.

### 1.2.2.1 FUNDAMENTO

En la Gran Bretaña, la radiodifusión internacional en onda corta, comenzó por la iniciativa y financiamiento de la BBC en 1932 con el servicio en Inglés -The Empire Service-, impulsor del servicio mundial, que se utilizó, en primera instancia, como vinculo de amistad entre los pueblos de lo que en esa época era el Imperio Británico. Unos años mas tarde, el gobierno pidió a la BBC que transmitiera en otros idiomas, el primero de ellos fue el Arabe, introducido en 1938, y al poco tiempo en Español y Portugues para América Latina, así como en Francés, Alemán e Italiano, para Europa.

Al estallar la guerra en 1939, se aumentó rápidamente el número de idiomas transmitidos. Los servicios comprendían noticiarios, comentarios, música, teatros y programas sobre temas especiales.

Durante el conflicto armado, numerosos oyentes del extranjero comprobaron que podían mantenerse informados a través de las transmisiones de la BBC desde Londres. Además, se constituyó como el medio utilizado por los jefes de estado y gobiernos en exilio para transmitir mensajes a sus pueblos, lo que brindo esperanza durante la ocupación en Europa. A partir de entonces, la B.B.C. adquirió una reputación que aún conserva.

-----  
(18) Los datos obtenidos en esta sección provienen, en su mayoría, de la investigación directa en la Bush House, de la BBC en Londres, sede del Servicio Mundial.

Se puede asegurar que en el Reino Unido, como en muchos otros países, la radiodifusión en onda corta tiene como justificación una "Conveniencia puramente Estratégica", la cual surgió, en primera instancia, como respuesta a diversas contrariedades históricas vividas en la Gran Bretaña: La campaña ideológica de los países facistas en lo que fue la etapa pre-bélica de los años treinta y propiamente durante la segunda guerra mundial.

Posteriormente, la radiodifusión de onda corta encontró su fundamento en la permanencia de la política de comunicación que demostró su enorme eficacia. Su aplicación se destinó para reforzar la nueva lucha provocada por la tensión internacional y la polarización de las ideas políticas en el mundo, después del conflicto armado, nos referimos a la Guerra Fría entre los 2 bloques en que se dividió la comunidad internacional: el capitalista y el socialista.

De esta manera, el Servicio Mundial de la BBC responde a conveniencias netamente estratégicas, algunas históricas como:

- Vínculo de unión entre los países del Imperio Británico.
- Contrarrestar propaganda del Nacional-Socialismo Alemán que amenazaba con invadir territorios reservados a los británicos.
- Contrarrestar la propaganda negativa del Facismo contra el Reino Unido en el mundo Árabe y en especial en el Medio-Oriente, zona prioritaria para los intereses Británicos.
- Para defender intereses comerciales y no estratégicos como es el caso de América Latina.
- Para animar a los combatientes durante el segundo conflicto armado a nivel mundial.
- Para informar a la población de las naciones ocupadas del desarrollo de la guerra o para llevar una voz de esperanza.

Por otra parte, y como ya habíamos mencionado, el período de la post-guerra trajo consigo otro tipo de problemas: el reparto del mundo entre ideologías distintas e intereses encontrados, por tanto, las frecuencias de la Onda Corta, dejaron de prestar el servicio estratégico-informativo de tiempos de guerra, para convertirse en un instrumento de persuasión ideológica más sutil, destinado a inclinar la balanza de la opinión pública mundial hacia uno u otro extremos.

Pero, es necesario aclarar que no debe considerarse tan macabro al papel de la radiodifusión de onda corta, las grandes potencias la utilizan, si, pero no es un instrumento de difusión utilizado para criticar al rival, sino que, simple y sencillamente buscan ganar un auditorio que simpatice con sus planteamientos. Es donde entra en juego la diplomacia internacional. Lo mismo sucede con las estaciones de este tipo manejadas por las autoridades eclesásticas.

Actualmente la radiodifusión en onda corta se guía por objetivos bien definidos:

- a) Crear una imagen determinada del emisor
- b) Realizar propaganda
- c) Difundir creencias
- d) Buscar simpatizantes
- e) Informar desde un punto de vista especial

Todos ellos claramente incluidos en la radiodifusión en Onda Corta de la BBC, sino \*Por qué transmite en tantos idiomas y gasta tanto dinero para mantener su Servicio Mundial?

Sencillamente porque cumple una función claramente definida en la política de comunicación social de su país:

- Difundir una imagen actualizada del Reino Unido en el resto del mundo.
- Informar sobre los sucesos tanto mundiales como de la Gran Bretaña a la opinión pública mundial, pero especialmente a los emigrantes, a los hombres que trabajan en el mar, a los militares que cumplen misiones en el extranjero.
- Establecer una comunicación regular con los Británicos que viven fuera de la patria.
- Comentar el punto de vista Británico sobre los hechos de actualidad en el mundo.
- Atraerse la comprensión y la simpatía de los demás países de la comunidad internacional.
- Defender y fomentar los valores culturales y la ideología del Reino Unido.
- Dar a conocer los adelantos, técnicos, científicos, culturales, etc., de su país.
- Promover el comercio Británico con otros países del mundo.
- Etc.

Premisas que se generalizan a todos los sistemas de radiodifusión internacional y en algunos casos podríamos incluir además:

- La difusión las creencias religiosas.

Volviendo al caso de la Gran Bretaña, su servicio mundial se ubica como uno de los más completos del mundo, no es el de mayor embergadura, como lo serían el de los Estados Unidos, de la Unión Soviética o el de China, pero si es el de más tradición y con una gran reputación.

### 1.2.2.2 CARACTERISTICAS DEL SERVICIO MUNDIAL DE LA BBC

El Servicio Mundial es un organismo, podría decirse, con personalidad propia dentro de la misma BBC, ya que cuenta con un presupuesto que proviene de una fuente ajena a la misma corporación, lo que podría traducirse en una pérdida de la autonomía, como aquella que caracteriza al servicio nacional de la BBC. En el caso del Servicio Mundial, el gobierno tiene la última palabra en cuanto a que idiomas se deben transmitir y la duración de sus servicios, pero en lo demás cuenta con una completa autonomía.

Pero, \*¿Qué es lo que hace tan especial al servicio mundial de la BBC?

Principalmente por que llega a un auditorio de 120 millones de escuchas en todo el mundo. Pero para responder a esta demanda, lo mejor que se puede hacer es describir como esta organizado:

El servicio mundial de la BBC cuenta con distintas áreas de trabajo para cada uno de los servicios que ofrece:-

- a) Noticiarios
- b) Servicios en Inglés
- c) Servicios en Otros Idiomas
  - Servicio de Ultramar
  - Africano, Arabe, Oriental, Lejano Oriente, Latinoamericano.
  - Servicio Europeo
  - Francés y Portugués, Alemán, Europa Central, Ruso, Europa del Sureste
- d) Servicio de Catálogo de Programas
- e) Servicio de Suministro de Programas Grabados
- f) Servicio de Programas por Escrito
- g) Servicio de Enseñanza de Inglés por Radio y Televisión
- h) Servicio de Monitoreo
- i) Investigación de Transmisiones y Audiencias Internacionales
- j) Prensa
- k) Relaciones Internacionales
- l) Ingeniería
- m) Recursos y Administración
- n) Finanzas
- o) Empresas de la BBC

El servicio mundial de la BBC transmite en 37 idiomas, de los cuales, el inglés ocupa un lugar preponderante ya que se realiza por radio durante las 24 horas. Otro de los servicios con que cuenta, es el de enseñanza del inglés por radio y televisión, uno de los mas extensos del mundo en su tipo. Se transmiten lecciones semanales de inglés por radio, con explicaciones en otros 30 idiomas, y se facilita además, una gran cantidad de material tanto de audio como impreso.

Otra sección de servicios externos es el (Monitoring Service), Servicio de Escucha o de Monitoreo de transmisiones extranjeras que recaba información sobre los servicios informativos de otros países, concentrándolos en resúmenes diarios de noticias y comentarios de importancia, para uso de la BBC, la prensa y el gobierno.

También se produce una gran cantidad de programas de radio para su exportación.

#### **ORGANIZACION DEL SERVICIO MUNDIAL DE LA BBC:**

El Organigrama de los Servicios Mundiales de la BBC se estructura de la siguiente manera:

DIRECTOR (Managing Director)

DIRECTOR ADJUNTO (Deputy Managing Director)

INTERVENTORES:

-DE RECURSOS Y ADMINISTRACION (Controller: Resources and Administration)

-DE SERVICIOS DE ULTRAMAR (Controller: Overseas Services)

-DE SERVICIOS EUROPEOS (Controller: European Services)

-DE SERVICIOS EN INGLES (Controller: English Services)

GERENTE GENERAL DEL SERVICIO DE MONITOREO (General Manager: Monitoring Service)

JEFE DE INGENIERIA (Chief Engineer)

JEFE DE CONTABILIDAD (Chief Accountant)

JEFE DE LA OFICINA DE PERSONAL (Chief Personnel Officer)

-----  
ASISTENTE EN JEFE DE LA JUNTA DIRECTIVA (Chief Assistant, Directorate)

COORDINADOR DE ASUNTOS PUBLICOS (Public Affairs Co-Ordinator)

OFICIAL DE SERVICIOS A LA DIRECCION (Management Services Officer)

OFICIAL DE PRESTACIONES E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES (Equal Opportunities Officer)

Observemos ahora cada una de esas áreas por separado:

#### **A.- NOTICIAS DEL SERVICIO MUNDIAL (World Service News)**

Infinidad de información entra cada día en la redacción de la BBC en Bush House, provenientes de todas partes del mundo. Es deber de la redacción el seleccionar los temas más importantes, checar los hechos, y preparar historias para todos los programas de noticias. Casi a cualquier momento del día o de la noche hay boletines transmitiéndose en uno u otro de los servicios en los 37 idiomas del servicio mundial.

Una unidad de redacción central mantiene un flujo constante de reportajes. Esta se sostiene por un total de 120 periodistas, quienes laboran en un sistema ininterrumpido. De esa manera, el auditorio puede informarse a cualquier hora del día, a través del servicio mundial en boletines de nueve minutos, despachos noticiosos, sumarios, o cápsulas. La redacción también produce análisis de prensa y boletines sobre novedades de la Gran Bretaña.

#### **B.- PRENSA (Publicity):**

La oficina de prensa, es el primer punto de contacto para solicitudes en cualquier aspecto de las actividades de la BBC, para corresponsales o periodistas extranjeros que viven en El Reino Unido o en cualquier otro lugar. Las publicaciones de la oficina de prensa incluyen las siguientes:

**LONDON CALLING (Londres Llama):** Publicación mensual que incluye información previa de los programas del servicio mundial en inglés y como escucharlos en cualquier parte del mundo. También ofrece los tiempos y frecuencias de programas en otros idiomas.

**PROGRAMME GUIDES (Guías Programáticas):** Publicadas en varios idiomas dos veces por año.

**PROGRAMMES FOR AFRICA (Programas para África):** Una guía semestral para los programas del servicio mundial destinados a África incluyendo alternativas.

**HUNA LONDON:** Periódico mensual del servicio en Árabe de la BBC, se distribuye gratuitamente en las oficinas del Servicio en Árabe de la BBC.

#### **C.- INVESTIGACION DE AUDIENCIAS Y TRANSMISIONES INTERNACIONALES (International Broadcasting and Audience Research):**

Realiza investigaciones en muchos aspectos de la radiodifusión internacional, incluyendo el cálculo del tamaño y composición de audiencias de la BBC y otros tipos, Así como la evaluación de reacciones a programas y la estadística de los propietarios de aparatos de radio y televisión.

La información se obtiene a través de muchos recursos en los que una variedad de técnicas de investigación son empleadas, algunas veces en conjunción con otros difusores y que incluyen: muestreos, cuestionarios postales, discusiones de grupo, entrevistas y la correspondencia del auditorio.

#### **D.-CAPACITACION (Staff Training):**

Esta oficina se encarga del entrenamiento y capacitación de todo el personal que labora en los servicios mundiales de la BBC.

#### **E.-SERVICIOS EN INGLES (English Services):**

El servicio mundial en Inglés es un sistema radiofónico en el que las noticias son el componente mayor. Transmite las 24 horas sin interrupción en inglés a todo el mundo. Asimismo, difunde una gran variedad de programas sobre sucesos de actualidad, los cuales se acompañan con análisis, argumentos e interpretaciones de las noticias de cada día.

Incluye programas como The World Today (el mundo al día), concentrándose cada día de la semana en un tema principal; Newshour y Twenty-Four Hours (Noticias de la Hora y 24 Horas, respectivamente), los cuales proveen un análisis diario de eventos internacionales así como noticias actuales; Outlook (Punto de vista), una revista radiofónica la cual trata con gente, lugares y eventos; Assignement (Asignación), un reporte semanal de media hora en un comunicado de los principales sucesos; Commentary (Comentario), un análisis diario de una historia noticiosa; y People and Politics (Gente y Política), una reflexión semanal del quehacer Parlamentario (Westminster). También se producen documentales y programas de arte, como Meridian (Meridiano), que se transmite tres veces por semana.

Asimismo, varios programas de dramatizaciones se difunden cada semana como: Play of The Week (Obra de la semana), con las cuales se busca que el escucha tenga acceso a algunas de las dramatizaciones universales, ya sean contemporáneas o clásicas. La música goza de un amplio espacio en las transmisiones del servicio en Inglés del servicio mundial de la BBC.

Hay también programas sobre finanzas, industria, ciencia, agricultura, religión y deportes.

#### **F.-CHARLAS Y CARACTERIZACIONES CENTRALES (Central Talks and Features):**

Este departamento provee los programas de pláticas y caracterizaciones en forma escrita sobre todos los aspectos de la vida tanto en la Gran Bretaña como en el extranjero. Se abordan temas políticos, sociales, científicos, y culturales en general.

Parte importante de los programas transmitidos por el servicio mundial de la BBC, trata sobre nuevos avances en los campos científicos, médicos y tecnológicos, en general reportes objetivos de los principales avances Británicos que pueden ayudar a promover exportaciones. La responsabilidad para establecer y mantener contactos con compañías, comercios y asociaciones de investigación recae en el Editor para Ciencia, Industria y Exportaciones.

### **G.- BBC CINTAS TEMATICAS (BBC Topical Tapes):**

Las cintas temáticas de la BBC, son programas semanales en Inglés hechos para uso local por estaciones de radio en todo el mundo. Las cintas son enviadas por correo aéreo a suscriptores. Cintas Temáticas ofrece al radiodifusor programas de comedia, revistas, entrevistas y discusiones referentes a sucesos internacionales, finanzas, libros, películas, ciencia, educación, tecnología, técnicas de desarrollo, temas sociales y personalidades internacionales.

Cintas Temáticas también produce el reporte de la BBC-Caribe, que se transmite entre semana en vivo hacia el Caribe.

### **H.-INGLES POR RADIO Y TELEVISION (BBC ENGLISH):**

Inglés por radio y televisión provee los programas y materiales para escuchas extranjeros con el servicio de enseñanza de inglés más completos del mundo. Más de 80 horas de programas de radio son transmitidos desde Bush House y estaciones de retransmisión de la BBC cada semana. Aproximadamente la mitad de ellos son en inglés y la otra es presentada de una manera bilingüe en los servicios de idiomas extranjeros de la BBC.

Una revista, BBC English, publicada en inglés cada dos meses acompaña a los programas, así como varios libros y cursos en video y audio cassettes, la mayoría derivados de las transmisiones.

Las lecciones en inglés se transmiten diariamente:

A Europa (GMT): 0530-0545, 0645-0700, 0730-0745, 1215-1230 (solo Dom), 1230-1300, 1545-1600, 1715-1745, 2130-2200, y de 2245-2300.

Para Africa oriental a: 0345-0400, 1400-1430.

Para Africa Occidental a: 0715-0730.

A Asia: 0030-0045, 0930-1000, 0945-1000, 1145-1200, 1200-1215, 1245-1300, 1430-1445 (solo Dom), 1700-1715, 2130-2145, 2200-2215, y de 2330-2345.

Y para Latinoamérica: 2315-2330 (Lun a Vier), 2345-2400 (Sab y Dom).

Los horarios pueden variar durante el año debido a la aplicación del horario de verano.



#### I.-SERVICIO DE TRANSCRIPCION (BBC Transcription Service):

El servicio de transcripción mantiene un catálogo permanente de más de 5000 horas de programas incluyendo música tanto seria, suave y rock, así como dramas, documentales, entretenimiento ligero, charlas y series educacionales, todos ellos en inglés.

Una gran parte de este material se toma de la producción de la radio local de la BBC así como del servicio mundial. Los programas están disponibles en discos y cintas, y se entregan, ya sea por suscripción o por venta directa.

#### J.-SERVICIO DE ULTRAMAR (Overseas Service):

Son los servicios que se ofrecen a zonas geográficas muy alejadas al Reino Unido. Este servicio produce programas en 21 idiomas distintos, y se divide en varios servicios:

-SERVICIO AFRICANO (African Service): los idiomas y los horarios en que transmite son los siguientes:

- HAUSA: 0545-0600, 1345-1415, 1915-1945
- SOMALI: 1430-1500, 1800-1830
- SWAHILI: 0330-0345, 1530-1615, 1745-1800

#### -SERVICIO ARABE (ARABIC SERVICE)

Transmisión: 0345-0545, 1300-2000, es de los servicios con mayor presupuesto y personal.

#### -SERVICIO ORIENTAL (Eastern Service): Idiomas en que transmite:

- BENGALI: 0030-0050, 1330-1400, 1630-1700 (Diariamente)
- BURMESE: 0015-0030, 1345-1430 (Diariamente) 1500-1515 (Domingos)
- HINDU: 0050-0135, 0245-0300, 1400-1445, 1715-1730 (Diariamente)
- NEPALES: 1500-1520 (Lun.a Vier)
- PASHTO: 0200-0230, 1445-1515 (Diariamente)
- PERSA: 0230-0300, 1600-1645, 1830-1900
- TAMIL: 1530-1600 (Excepto Domingo)
- URDU: 0135-0200, 1515-1600, 1730-1745 (Diariamente)

#### -SERVICIO PARA EL LEJANO ORIENTE (Far Eastern Service): Idiomas en que transmite:

- CHINO: Cantonés: 1300-1330, 2245-2300, Mandarin: 1000-1100, 1200-1245, 1445-1500, 2215-2245

-INDONESIA Y MALAYO: Indonesio: 1100-1130, 1300-1330, 2200-2215, 2315-2330; Malayo: 1330-1345  
-JAPONES: 1100-1145, 2145-2200  
-THAI / VIETNAMITA: Thai: 1215-1300, 2345-0000; Vietnamita: 1130-1200, 1430-1500, 2300-2315

-SERVICIO LATINOAMERICANO (Latin American Service): Idiomas en que transmite:

-PORTUGUES: 0630-0700, 1930-2015, (Lun. a Vier.), 1930-2945 (Sab/Dom) (tiempo de Brasil)  
-ESPAÑOL: 0015-0415, 1100-1130

#### K.- SERVICIO EUROPEO (European Services)

Es el servicio dirigido especialmente para Europa, produce programas en 15 idiomas distintos y sus servicios son los siguientes:

-SERVICIO EN FRANCÉS Y PORTUGUES (French and Portuguese Language Service)

Francés orientado especialmente para:

-PARA AFRICA: 0430-0445, 0515-0545, 0630-0700, 1200-1300, 1815-1915, 2115-2145  
-PARA EUROPA: 0630-0700, 1130-1200, 1745-1830

PORTUGUES: Para Africa: 0445-0500, 1800-1815; para Europa y Africa: 2030-2115; For Europe: 2330-0000

-SERVICIO EN ALEMÁN (German Language Service)

Transmite a: 0445-0545, 1615-1700, 1830-2000

-SERVICIO PARA EUROPA CENTRAL (Central European Service):  
Transmite el los siguientes idiomas:

-CHECO y ESLOVACO: 0415-0430 (Lun a Vier), 0515-0530, 1430-1500 (Lun a Sab), 1430-1600 (Dom), 1530-1600 (Lun a Sab), 1800-1930  
-FINLANDES: 1500-1530 (Dom), 1530-1545 (Lun a Sab), 1830-1900  
-HUNGARO: 0430-0445 (Lun a Vier), 0530-0545, 0900-1030 (Dom), 1215-1300 (Dom), 1700-1800, 2100-2145  
-POLACO: 0400-0415 (Lun a Sab), 0500-0515 (Lun a Sab), 0600-0630 (Dom), 1300-1400 (Dom), 1400-1430 (Lun a Sab), 1600-1700, 1930-2100

-SERVICIO PARA EL SURESTE DE EUROPA (South East European Service), Transmite en:

- BULAGARD: 0430-0445, 1630-1700, 1615-1700 (Solo Sab), 2015-2115
- GRIEGO: 1200-1215, 1900-1945, 2130-2200
- ROMANIAN: 0445-0500, (solo Lun a Vier), 1700-1730, 1900-2015 (Lun a Vier), 1845-2015 (Sab), 1830-2015 (Dom)
- SERBO-CROATA: 0500-0515, 1800-1830, 1830-1845 (solo Sab), 2115-2200
- TURCO: 0415-0430, 0730-0900 (Dom), 1600-1630, 1945-2030

-SERVICIO RUSO (Russian Service), Este servicio transmite en los siguientes horarios: 0345-0400, 0445-0500, 1130-1200 (Dom), 1300-1330, 1600-2130

#### L.- INGENIERIA (Engineering World Service)

Los servicios mundiales de la BBC se llevan a las áreas destinadas mediante 47 transmisores en el Reino Unido y 42 transmisores en estaciones situadas en Berlín (1 de VHF), Asia Oriental (2 de OC), el Lejano Oriente (9 de OC y 1 de VHF), la Península Arabiga (4 de OC y 2 de OM), el Océano Indico (2 de OC), El Mediterraneo Oriental (10 de OC y 3 de OM), Africa del Sur (2 de OC), el Atlántico del Sur (4 de OC) y el Caribe (2 de OC).

#### M.-MONITOREO (BBC MONITORING)

El sistema de monitoreo de la BBC provee reportes cuidadosos de noticias importantes así como comentarios de difusores extranjeros y transmisiones de agencias en todos los rincones del mundo. Es un sistema nacional, que entrega información no sólo a la redacción de la BBC y sus departamentos de programación, sino también al parlamento, departamentos de estado, a la Prensa y otros cuerpos conectados con asuntos internacionales. Es un cable de tele impresión de noticias que ofrece, durante las 24 horas, resúmenes diarios de las transmisiones en el mundo y un servicio semanal de las informaciones difundidas internacionalmente, o selecciones de ellas. Este servicio esta disponible a través de suscripción.

#### **N.-FINANZAS (World Service Finance)**

El departamento de finanzas del servicio mundial tiene que dar cuentas a las oficinas del Exterior y la Commonwealth por todos los gastos del subsidio del Servicio Mundial.

#### **O.-RECURSOS Y ADMINISTRACION (Resources and Administration)**

Más de dos mil personas trabajan en Bush House. Los servicios administrativos planean las prestaciones y facilidades para los trabajadores, incluyendo un plan de modernización estimado en 10 años para mejorar los estudios y otras áreas. El departamento también provee los servicios de los edificios y organiza el servicio ininterrumpido de alimentación para el personal, así como la Tienda del servicio mundial de la BBC.

La Jefatura de Recursos Operacionales maneja y mantiene los estudios y el equipo de transmisión del Bush House. Asimismo, satisface las necesidades de programación desde un micrófono hasta una biblioteca de programas grabados.

#### **P.-RELACIONES INTERNACIONALES (International Relations)**

Esta oficina aconseja y reporta sobre asuntos internacionales al cuerpo ejecutivo de la BBC. Es el principal contacto con la comunidad económica europea sobre políticas de transmisión y difusión, y sostiene asociaciones muy cercanas con la European Broadcasting Union (EBU), Commonwealth Broadcasting Association (CBA), The Asia Pacific Broadcasting Union (ABU), y con organizaciones individuales de difusores. Relaciones Internacionales también organiza visitas, y coordina capacitación para difusores extranjeros. Sus principales integrantes son:

#### **Q.-EMPRESAS DE LA BBC (BBC Enterprises Limited)**

Empresas Ltd. de la BBC es el brazo comercial de la corporación y el más grande exportador de programas de televisión en el mundo. Esta conformada por tres divisiones comerciales:

La división de venta de programas comprende: Ventas de Televisión; Ventas de Deportes, Noticias y Asuntos de actualidad; Ventas de bibliotecas; Venta de Fotografías, y Aplicaciones Técnicas y de Producción.

La división de productos al consumidor, engloba actividades de difusión asociadas con el comercio, y es responsable de una variedad de negocios tanto en mercados institucionales como privados. BBC libros; Ventas en Educación y Entrenamiento; BBC Video; BBC Discos y Cintas; BBC Software; BBC Mercadeo; BBC Menudeo y BBC Datacast.

BBC Magazines (revistas), es responsable de la producción, promoción, distribución y ventas de Radio Times, la revista semanal de mayor venta en la Gran Bretaña, y de BBC Wildlife (Vida Salvaje).

En si, este es un esbozo general de como esta conformado el Servicio Mundial de la BBC. Sus áreas y quienes son algunos de sus principales integrantes, de las aproximadamente 2 000 personas que laboran en esta sección de la BBC de Londres.

Para un mejor panorama de como estan organizadas sus distintas áreas, se recominenda la consulta del anexo numero 2.

### 1.2.3 SERVICIO LATINOAMERICANO (19)

El Servicio Latinoamericano es parte integral de los Servicios de Ultramar de la BBC, transmite programas en Español y Portugués para la América Latina.

El 14 de Marzo de 1938, se inició desde Londres la emisión de la BBC en ambos idiomas hacia los países latinos del continente Americano, y es justo mencionar que este servicio es uno de los más antiguos realizados por la BBC.

La preocupación por difundir la voz Británica hacia esta zona se debió principalmente para contrarrestar la propaganda, tanto Nazi, como la facista Italiana en contra de los intereses ingleses, así como por dos motivos fundamentales:

a) Por un lado, debido a que durante 1937, Argentina retransmitía aproximadamente 500 programas Germanos de radio, y peor aún, que Alemania poseía varias estaciones en algunos países de Latino América. Al respecto, la Gran Bretaña estaba prácticamente nulificada en esa zona.

b) Y por el otro, a los fuertes intereses comerciales Británicos en la región.

Actualmente, el servicio Latinoamericano transmite programas que comprenden noticiarios, revistas de sucesos de actualidad y emisiones de: ciencia, tecnología, arte, etc., así como diversos aspectos de la vida en la Gran Bretaña.

Este servicio transmite 40 horas con 15 minutos semanalmente, es decir, 31 horas y media en Español y 8 horas 45 minutos en Portugués.

El Español para Latinoamérica es uno de los idiomas de mayor difusión dentro del Servicio Mundial, de los 37 idiomas en que se transmite, éste se encuentra, por el número de horas al aire, entre los cinco más extensos: el 4.3 % del total de transmisiones de todo el servicio mundial.

El Portugués, en cambio, ocupa el 1.2% del total de las transmisiones del Servicio Mundial.

-----  
(19) Es importante aclarar que para intereses de esta investigación, nos limitaremos a analizar exclusivamente los aspectos relacionados a la sección en Español para latinoamérica, de este servicio.

Los 10 idiomas con mayor número de horas asignadas dentro de las transmisiones del servicio mundial de la BBC son los siguientes: (20)

IDIOMA	HORAS A LA SEMANA	IDIOMA	HORAS A LA SEMANA
1.-Inglés	202	6.-Francés	
2.-Arabe	63	p/Africa	22 3/4
3.-Ruso	46	7.-Alemán	21
-----		8.-Checo/Slovaco	20 1/2
4.-Español	31 1/2 *	9.-Hindú	14
-----		10.-Rumano	14
5.-Polaco	26 1/2		

#### 1.2.3.1 INFRAESTRUCTURA

\*Qué entendemos por infraestructura?: Los recursos con los que puede disponer este servicio.

Pero con el fin de simplificar el mencionarlos, hablaremos sólo de tres tipos: Humanos, Económicos y Técnicos.

1) En el área de RECURSOS HUMANOS, el servicio Latinoamericano, cuenta con 28 elementos -en ambas secciones e incluyendo a las secretarías-.

En forma general, esta organizado de la siguiente manera:

JEFE DEL SERVICIO LATINOAMERICANO: Bruce Tulloch  
 ASISTENTE DEL JEFE DEL SERVICIO: Jay Eden

El servicio Latinoamericano esta dividido, como ya habiamos mencionado, en 2 Secciones:

- a) ESPAÑOL con 4 horas y 30 minutos al aire diariamente.
- b) PORTUGUES con 1 hora y 15 minutos al aire diariamente.

-----  
 (20) Fuente: BBC, Broadcasts to the World. BBC, External Services Publicity, Londres, 1987.

Cada una de las secciones cuenta generalmente con:

- 1 Organizador Programático o Coordinador
- Asistentes de coordinación
- Productores de Programas
- Asistentes de Productor
- Colaboradores (Free-lancers)

En el caso del servicio en ESPAÑOL para Latinoamérica, tema central de nuestro estudio, actualmente el Organizador Programático es el Sr. Domingo Valenzuela, quien cuenta con dos asistentes, así como con 7 Productores y 13 Asistentes de productor, quienes tienen encomendado el realizar, de una manera alternada, todas las producciones de la sección -se rolan los programas y en general todas las actividades laborales-, asimismo tienen a su servicio una secretaria.

El equipo humano que trabaja en cada uno de las secciones difiere en mucho, y esta en función de la importancia de las emisiones. Como en el caso de la sección en Portugués para Brasil, que cuenta con menos personal, y se apoya en gran medida de sus compañeros del Español.

Cabe destacarse que dentro de los recursos humanos predominan los nativos de las áreas a donde se dirigen las emisiones, contratados por la BBC con carácter temporal un mínimo de tres años. El contrato se puede renovar por periodos iguales.

El personal del Servicio Latinoamericano proviene de varios países de la América Latina: Sur y Centroamericanos, así como Mexicanos y de algunos países del Caribe, etc.. Este -el personal-, se selecciona, mediante una previa examinación de conocimientos generales, y que incluye además experiencia en la producción, conducción y difusión de programas radiofónicos de todos tipos: drama, noticiarios, musicales, etc. Obviamente deben dominar el inglés.

Las convocatorias se promueven simultáneamente en varios países Latinoamericanos, para luego llevarse a cabo una eliminación progresiva hasta que permanece solo un candidato, a quien la BBC le cubre los gastos para su transporte hasta Londres y le brinda alojamiento provisional, mientras encuentra un lugar definitivo donde radicar en esa ciudad.



2) En cuanto a RECURSOS ECONOMICOS, como sabemos, el Servicio Mundial de la BBC, cuenta con una ayuda proveniente del Ministerio del Exterior, la cual se distribuye entre sus distintas áreas.

En su papel de rector de toda la corporación, el Buro de Gobernadores, de acuerdo a las disposiciones Parlamentarias, es el que determina cuales serán las prioridades de trabajo y a que áreas se deber fortalecer. Asimismo, ellos son quienes definen, en el caso del Servicio Mundial, cuales son los idiomas en que se debe transmitir y las horas en que deben permanecer al aire. Asimismo, dan las instrucciones a las oficinas correspondientes para que distribuya los recursos económicos en partes proporcionales a su importancia a las distintas áreas. Esto incluye salarios del personal, el suministro de materiales de trabajo, como papelería, cintas de audio, cassettes, etc.

Por otra parte, el trabajo de los servicios Europeos y de Ultramar, esta totalmente respaldado por las distintas secciones no sólo del Servicio Mundial sino del Nacional, y existe la obligación de proveer materiales y producciones como entrevistas o programas acabados.

La coordinación con otras áreas es esencial para ofrecer una buena programación, como en su caso la información noticiosa por la cual todas las áreas dependen de la central de noticiarios del World Service.

En si el trabajo de equipo es fundamental, pero en lo que respecta a otros rubros, como las prioridades regionales, la selección de temáticas particulares, las realizaciones especiales, etc., cada sección goza de una libertad e independencia para producir sus propios programas.

Por ello, las autoridades de la BBC han dispuesto que cada servicio cuente con un presupuesto propio -independiente- de salarios, prestaciones o suministro de material de trabajo-, el cual es asignado semanalmente y para uso exclusivo en gastos de producción y realización programáticas.

Sólo por mencionar algunos ejemplos, el servicio para el Lejano Oriente, que transmite en siete idiomas, es decir, en Chino (Mandarín y Cantonés), Indonesio, Japonés, Malayo, Tailandes y Vietnamita, tiene 1 152 Libras Esterlinas (21), para gastos semanales de producción de programas en las siete secciones. El servicio para el sureste de Europa, que transmite el Búlgaro, Rumano, Servo/Croata y Sloveno tiene 1 885 Libras Esterlinas. En su caso el Servicio Africano, que trabaja en 3 idiomas, Hausa, Somalí y Swahili, tiene 577 Libras Esterlinas, etc.

-----  
(21) Datos de 1987, obtenidos en el folleto: BBC Broadcasts to the World, BBC External Services Publicity, Londres 1987.

El presupuesto destinado a cada uno de los Servicios depende, por lo general, en el número de idiomas, pero principalmente en las horas de transmisión a la semana, además, por supuesto, de otros factores político-estratégicos.

En el caso del presupuesto para el servicio latinoamericano, este va de acuerdo a un promedio de los cifras que antes señalamos y que se ajusta a sus requerimientos, como viáticos, llamadas telefónicas de larga distancia, gastos de traslado a eventos, etc., todo lo que implica realizar diversos programas a la semana.

3) En cuanto a los RECURSOS TECNICOS, se deben considerar dos aspectos fundamentales los que tienen que ver directamente con la producción de programas, y los que se relacionan con la difusión de éstos. Entonces hablamos de:

- a) Recursos técnicos de PRODUCCION.
- b) Recursos técnicos de DIFUSION.

a) Por un lado los recursos técnicos asignados a la producción, serían los estudios y las facilidades técnicas para la realización radiofónica como son equipos extras o portátiles: grabadoras, micrófonos, unidades móviles, etc., así como cintas magnetofónicas, cassettes, y demás material.

En este caso, el servicio latinoamericano tiene asignado, para su uso exclusivo, un estudio para grabación de voz en frío el cual no es apto para producción, y que comparten las ambas secciones tanto de Español, como de Portugués.

Además de ello, el Servicio Mundial de la BBC cuenta con infinidad de estudios de grabación, los cuales están a disposición de los 37 servicios, mediante un sistema de rotación, es decir todos pueden ser usados por todos.

En cuanto a equipo portátil y de unidades móviles, estos se encuentran a su disposición bajo petición, en la Jefatura de Recursos Operacionales, la cual es la encargada del mantenimiento de estudios y la que satisface este tipo de necesidades, ya que ofrece desde una aguja de tornamesa, hasta una biblioteca de programas grabados. Lo mismo sucede con las cintas de audio, los cassettes, los equipos de edición y los trabajos de copiado electro-magnético.

Finalmente, el servicio cuenta, además, con una fotocopidora, con la cual satisface sus necesidades de copiado de guiones o materiales de investigación.

b) Los recursos técnicos de difusión con que transmite su programación el servicio latinoamericano, están coordinados directamente por la Jefatura de Ingeniería del Servicio Mundial.

Esto le permite al servicio latinoamericano el ser sintonizado en las áreas donde se ha planeado su difusión. Cabe señalar que generalmente comparte sus transmisores con el Servicio en Inglés.

La jefatura de Ingeniería del servicio mundial, ha instalado varios transmisores estratégicamente ubicados en varios puntos geográficos con el fin de cubrir prácticamente el Sub-continente Latinoamericano (22).

En primer lugar tiene 4 transmisores en el Caribe, exactamente en la Isla de Antigua, que difunden su señal en Inglés, Español y Portugués para: Norte, Centro y Sud-América, así como el Caribe, en frecuencias de onda corta y con una potencia de 250 kW. De esos cuatro transmisores, dos los comparte con la Deutsche Welle.

Asimismo, la BBC usa las instalaciones de transmisión de otros difusores a cambio de permitirles el uso de algunas de las suyas propias. En el caso de Latinoamérica son las siguientes;

Con La Voz de América en la ciudad de Bethany en el estado norteamericano de Ohio, durante tres horas al día para cubrir el Caribe, Centro y Sud-América. Con un transmisor de onda corta con una potencia de 250 kW.

También con La Voz de América en Delano, estado de California, exclusivamente en Español, dos transmisores que utiliza durante dos horas al día para cubrir el territorio Mexicano y Centroamérica. Son transmisores en Onda Corta de 250 kW. cada uno.

Asimismo, la BBC renta tiempo a la Radio Bras en Brasil para el Servicio Mundial tanto en Inglés como en Español.

Finalmente, en cuanto a frecuencias asignadas, el Servicio Latinoamericano, en Español, transmite diariamente de las horas (GMT o UTC) y en las frecuencias siguientes:

#### VESPERTINO:

a) 00:15-02:15:

En las bandas de 19, 25, 31 y 49 metros en las frecuencias siguientes: 15.42, 11.68, 9.825 y 6.110 Mhz.

-----  
(22) Fuente: "Voice of the World", BBC World Service Publicity, Londres, Inglaterra, 1988, p.7.

b) 02:15-03:00:

En las bandas de 19, 25, 31 y 49 metros en las frecuencias siguientes: 15.42, 11.68, 9.825, 9.765, 6.115 y 6.110 Mhz.

c) 03:00-04:15:

En las bandas de 25, 31 y 49 metros, en las frecuencias siguientes: 11.68, 9.765, 6.155 y 6.110 Mhz.

#### MATUTINO:

a) 11:00-11:30:

En las bandas de 16, 19 y 49 metros, en las siguientes frecuencias: 17.81, 15.285 y 6.185 Mhz.

En sí, éste es un análisis muy general de lo que es la infraestructura del Servicio Latinoamericano de la BBC, ahora debemos remitirnos a el producto de su trabajo, la producción de programas para su auditorio.

### 1.2.3.2 OFERTA PROGRAMATICA

En las 4 horas y 30 minutos que transmite diariamente el Servicio Latinoamericano en Español, ofrece una variedad de programas radiofónicos, de los cuales la mayoría son de carácter informativo-noticioso, con comentarios y puntos de vista sobre sucesos de relevancia mundial, así como otros que aportan una imagen de la vida cotidiana en los Gran Bretaña, su cultura, su música, su historia, su tradición, etc.

Al escuchar su barra programática (23), llevamos a cabo un análisis sobre el contenido y la forma en que fueron distribuidos sus programas, y encontramos las siguientes características:

- 1.- Ligeras: no son muchas horas de transmisión y sus programas son de corta duración 15 minutos generalmente, y en el caso de programas más largos, recurren a los formatos de Radio-Revista, con secciones diversas.
- 2.- Agradable: no son las transmisiones acartonadas que puedan aburrir al auditorio, ya que se realizan de una manera más informal, sin perder la seriedad, y con un tono agradable, invitan al auditorio a escucharlos.
- 3.- Interesante: los temas tratados son de actualidad y existe el cuidado de no omitir a algún sector de su auditorio.
- 4.- Inteligente: no elevada o elitista, como podría considerarse, sino que su inteligencia radica en que ha encontrado un evidente equilibrio temático, y en cuanto a que es diversa, profunda, breve y actualizada, realizada con los recursos óptimos y un verdadero profesionalismo.

Y no es que el que escribe sea pro-británico, sino que la programación del servicio latinoamericano esta perfectamente balanceada, además de que las personas que la realizan son de extracción latinoamericana y conocen el modo justo de lenguaje con el que se debe hablar a su auditorio.

El acierto radica fundamentalmente, según nuestro punto de vista, en que las horas de transmisión son pocas -relativamente- y se cuenta con un amplio respaldo organizacional, tanto técnico, como económico y en la provisión de materiales de investigación y realización, lo que trae como resultado una programación bien pensada y sólidamente fundamentada.

----

(23) El monitoreo de las emisiones del servicio latinoamericano en Español se llevo a cabo durante la semana del Lunes 6 al Domingo 12 de marzo de 1989. Cabe mencionarse que las calificaciones arriba citadas, corresponden puntos de vista personales del autor de este estudio; y que la información de este apartado corresponde exclusivamente al monitoreo de la programación.

Pero cuales son las principales características de forma y contenido de la programación transmitida por el servicio latinoamericano de la BBC:

En cuanto a contenido:

- La información es la temática fundamental (más del 60% del tiempo total).
- Se incluyen todos los aspectos del quehacer humano.
- Se evita, en la medida de lo posible, caer en una programación de corte anticuado; los temas de actualidad son esenciales en como: manifestaciones culturales, artísticas, políticas, sociales, económicas e inclusive históricas.
- Se difunde la forma de vida de las personas y su relación con su entorno: sus principales manifestaciones artísticas, culturales, musicales, literarias, sus modas, sus gustos, sus edificios, sus tradiciones, sus deseos, etc.

En cuanto a formas:

- La mayoría de sus programas son breves (de 15 minutos).
- En transmisiones prolongadas se recurre a los formatos de Radio-Revista.
- Se efectúa una repetición de los principales programas, ya sea porque valen la pena o para que el mensaje pueda ser captado en otra oportunidad.
- Se difunden con la intervención de varias voces.
- Los cortes de continuidad son breves.

Pero veamos más de cerca los diversos programas transmitidos:

#### **NOTICIAS:**

- Cuatro Boletines diarios de noticias mundiales.
- Informativo Matinal
- Actualidades
- Primera Plana
- El Mundo de Hoy
- La Semana en América Latina
- Siete Días
- Despachos y Comentarios
- Panorama

#### **INFORMACION ESPECIALIZADA:**

- La Ciencia al Día
- Industria y Tecnología
- El Mundo Agrario
- La Mujer en el Mundo

#### **EDUCATIVOS:**

- Inglés por Radio

**DE TEMAS DE INTERES:**

- Hollywood, la Fábrica de los Sueños
- Entre el Tamesis y la Historia
- Al Pie del Big-Ben

**CULTURALES:**

- Letras y Artes
- Hablemos de Libros
- El Legado Literario Británico
- Páginas de un Libro

**MUSICALES:**

- Jazz desde Londres
- Ritmo
- Pena Latinoamericana
- Nuevas Grabaciones

**PROGRAMAS ESPECIALES PARA LOS RADIOESCUCHAS:**

- El Circuito
- Radio Club Latinoamericano

Pero, ¿Cuáles son: los objetivos de cada uno de esos programas?

Después del monitoreo constante a las emisiones del servicio latinoamericano, estas son algunas fichas analíticas de los principales programas y las características más relevantes de sus contenidos.

**Noticiosos:**

"ACTUALIDADES". Objetivo: Dar a conocer el punto de vista de la BBC, a través de sus comentaristas, sobre temas de relevancia mundial e informar profundamente sobre temas diversos.

"BOLETIN INFORMATIVO". Objetivo: Dar un vistazo general a lo más relevante acontecido en el mundo.

"INFORMATIVO MATINAL". Objetivo: El punto de vista de la BBC sobre el panorama general del acontecer mundial.

"DESPACHOS Y COMENTARIOS". Objetivo: Dar a conocer el punto de vista de los corresponsales de la BBC sobre los sucesos más importantes del momento.

"EL MUNDO DE HOY". Objetivo: Ofrecer un panorama profundo y el punto de vista de la BBC, sobre los sucesos más importantes de la semana en el mundo.

"LA SEMANA ECONOMICA". Objetivo: Comentarios y puntos de vista sobre los temas económicos mundiales más relevantes de la semana.

"SIETE DIAS". Objetivo: Ofrecer el punto de vista de la BBC sobre los temas noticiosos más importantes de la semana, a nivel mundial.

"LA SEMANA EN AMERICA LATINA". Objetivo: Ofrecer un panorama de los sucesos más importantes de la semana ocurridos en la América Latina.

"PRIMERA PLANA". Objetivo: Difundir las noticias más relevantes del día.

"PANORAMA". Objetivo: Profundizar en algún tema de interés general.

#### Los programas con información especializada:

"LA CIENCIA AL DIA". Objetivo: Difundir los adelantos Médicos, Técnicos y Científicos logrados en todo el Mundo especialmente en Gran Bretaña.

"MUNDO AGRARIO". Objetivo: Difundir aspectos de relevancia agrícola y veterinaria tanto en la Gran Bretaña, como en todo el mundo.

"INDUSTRIA Y TECNOLOGIA". Objetivo: Difundir los aspectos y los avances de la industria y la tecnología tanto británicas como mundiales.

"LA MUJER EN EL MUNDO". Objetivo: Fortalecer la lucha femenina por ocupar su lugar en el mundo, mediante la difusión de aspectos y biografías de mujeres importantes.

#### Los programas culturales:

"LETRAS Y ARTES". Objetivo: Difundir un panorama cultural de la Gran Bretaña y resaltar sus diversas manifestaciones.

"PAGINAS DE UN LIBRO". Objetivo: Difundir el quehacer literario Universal, y especialmente el Británico.

"EL LEGADO LITERARIO BRITANICO". Objetivo: Difundir los valores literarios de la Gran Bretaña y dar relevancia a sus escritores.



#### Los programas de Interés General:

"HOLLYWOOD, FABRICA DE SUEÑOS". Objetivo: Dar a conocer algunos aspectos de la evolución cinematográfica en el mundo y resaltar las modalidades de esta actividad.

"AL PIE DEL BIG-BEN". Objetivo: Dar a conocer aspectos relevantes de la vida en la Gran Bretaña: turísticos, musicales, modas, curiosidades, etc..

"ENTRE EL TAMESIS Y LA HISTORIA". Objetivo: Dar a conocer los pasajes y los lugares históricos de la Gran Bretaña, con el fin de atraer la atención y resaltar el interés del auditorio sobre la gran tradición histórica y cultural de ese país.

#### Los programas Musicales:

"JAZZ DESDE LONDRES". Objetivo: Dar a conocer la evolución, algunos pasajes referentes a esta corriente musical, así como sus más fieles representantes.

"PENA LATINOAMERICANA". Objetivo: Difundir todo lo relacionado con el folklor latinoamericano, especialmente la música.

"RITMO". Objetivo: Difundir y dar mayor relevancia a las manifestaciones musicales tanto Británicas como internacionales.

#### Los programas educativos:

"INGLES POR RADIO". Objetivo: Enseñanza del Inglés para difundir ese idioma como lengua universal.

#### Los programas especiales para la correspondencia del auditorio.

"EL CIRCUITO". Objetivo: Estrechar la comunicación con el auditorio y entre el auditorio a través de su correspondencia.

"RADIO CLUB LATINOAMERICANO". Objetivo: Abrir un espacio dentro de la programación a los diexistas del mundo para difundir temas referentes a los comunicaciones y la Radio.

Para mayor información sobre aspectos particulares de cada programa, así como los horarios de transmisión de cada uno de ellos, se recomienda consultar el anexo número 3.

Para finalizar veamos los porcentajes de esta programación: De 31 horas con 30 minutos de transmisiones a la semana:

---

<b>NOTICIAS:</b>	20 horas con 40 minutos 65.6% del tiempo total.
------------------	--

---

<b>INFORMACION ESPECIALIZADA:</b>	2 horas 6.3%
-----------------------------------	-----------------

---

<b>CULTURAL:</b>	1 hora 50 minutos 5.8%
------------------	---------------------------

---

<b>INTERES GENERAL:</b>	1 hora con 15 minutos 3.9%
-------------------------	-------------------------------

---

<b>MUSICA:</b>	2 horas con 30 minutos 7.9%
----------------	--------------------------------

---

<b>EDUCATIVOS:</b>	1 hora con 15 minutos 3.9%
--------------------	-------------------------------

---

<b>ESPECIALES PARA LA CORRESPONDENCIA DEL AUDITORIO:</b>	1 hora con 40 minutos 5.2%
--	-------------------------------

---

<b>CONTINUIDAD:</b>	20 minutos 1.4%
---------------------	--------------------

---

En sí, ésta es la oferta programática del Servicio en Español para Latinoamérica de la BBC de Londres, y que nos servirá de modelo para determinar un tipo de vanguardia en la radiodifusión en onda corta.

**LA  
VANGUARDIA  
EN LA  
ONDA  
CORTA**

### 1.3 LA VANGUARDIA EN LA ONDA CORTA

Como ya habíamos determinado en este estudio, la radiodifusión internacional en onda corta es una actividad muy especial que incluye en la misma definición a su auditorio.

Habíamos mencionado la responsabilidad que radica en la utilización del espectro electromagnético para la difusión de contenidos, y la ética que se debe observar debido a las características de influencia y penetración de esta actividad. Asimismo, nos dimos cuenta de la gran relevancia que reviste la radiodifusión mundial en onda corta y resaltamos la importancia de la BBC y su posición de primera línea en este rubro.

Y ya que observamos, de una manera muy general, a la BBC con sus prioridades, su organización y su forma de trabajo, podríamos determinar lo que denominaremos la "vanguardia" en la onda corta.

En este caso, el mensaje de difusión busca dar relevancia a diversos aspectos sobre la vida en la Gran Bretaña, y su auditorio intencional es el Latinoamericano.

En cuanto al mensaje, su barra programática esta diseñada para satisfacer tanto los objetivos del servicio, como las demandas de sus escuchas, labor que realiza de una manera muy certera, ya que cuenta con una organización sólida que respalda sus actividades de investigación y realización radiofónicas.

**\*Cómo podríamos definir a La Vanguardia en la Programación?:**

Ante todo por la calidad en el contenido.

La programación del Servicio Latinoamericano esta realizada de una manera profunda y documentada. Además, su estructura, es decir su duración y forma de presentar sus programas, así como sus horarios son características que la convierten en algo atractivo para su auditorio.

Esa calidad se debe fundamentalmente a una producción respaldada de una profunda investigación de los gustos de su auditorio, lo mismo que una buena recopilación de datos y materiales relevantes que responden a los intereses de difusión.

Como ya antes habíamos mencionado, algunas de las características de la programación del servicio latinoamericano de la BBC son las siguientes:

No son muchas horas de transmisión y sus programas son de corta duración. En el caso de programas más largos, recurren a los formatos de Radio-Revista, con secciones diversas.

Su difusión se realiza de una manera sencilla y ágil que busca no aburrir a su auditorio, por lo que se realiza de una manera más informal pero sin perder la seriedad en ningún momento.

Son emisiones que con un tono agradable, invitan al auditorio a escuchar su contenido, el cual generalmente trata problemáticas de actualidad. Además, existe el cuidado de no omitir a algún sector de su auditorio por lo que se han preocupado en buscar un equilibrio temático.

El servicio Latinoamericano transmite programas que comprenden noticiarios, de sucesos de actualidad y emisiones de: ciencia, tecnología, arte, así como diversos aspectos de la vida en la Gran Bretaña.

Su acierto como vanguardia radica en que se cuenta con un amplio respaldo organizacional, lo que trae como resultado una programación bien pensada y sólidamente fundamentada.

Además de que es un servicio consistente y confiable, reconocido por su seriedad y tradición.

Por lo tanto hablar de una vanguardia en la programación es porque se conjugan varios aspectos como son:

Una programación Ligera, Agradable e Interesante así como Inteligente, pero ante todo, evolutiva.

Es decir, que tiene un equilibrio y una variedad en la temática tratada. Igualmente, que sus contenidos están investigados concienzudamente y que tienen la característica de ser actuales, de acuerdo a la dinámica social vigente.

Es un equipo vanguardista ya que es profesional, tanto por el personal que labora ahí, como por las facilidades con que cuenta para ello.

Además conoce al auditorio hacia el que se dirige, conoce de sus gustos, sus necesidades, sus caprichos, etc. y sabe como dirigirse a él, como darle su mensaje.

Otro aspecto fundamental es el de la Coordinación con las demás áreas de la producción y difusión radiofónica, con la finalidad de tener a disposición materiales ya producidos, para su posterior adaptación a requerimientos específicos, lo que facilita y enriquece enormemente la labor radiofónica.

Cuenta además con una tradición y experiencia a toda prueba que su auditorio reconoce.

La vanguardia en la Organización:

Como ya habíamos determinado, tenemos que contemplar 3 aspectos fundamentales:

- 1) Recursos Humanos
- 2) Recursos Económicos
- 3) Recursos Técnicos

En cuanto a Recursos Humanos, hablar de la vanguardia es hablar de un equipo de profesionales que saben trabajar en forma independiente y en coordinación con sus compañeros o con otras áreas.

Su trabajo se alterna constantemente con el fin de rotar las labores, ya que, de esa manera no hay divisiones tajantes, con lo que se obtienen mejores resultados en cuanto a creatividad.

El personal reúne varios requisitos indispensables, pero el principal es que son gente preparada profesionalmente en esta área, seleccionada de los lugares a donde se dirige la señal.

Respecto a los Recursos Económicos, con la asignación de una suma periódica, destinada a gastos de producción se facilita enormemente la labor del equipo, además de que estimula el esfuerzo para realizar mejor su actividad.

Finalmente sobre los Recursos Técnicos de Producción, es una ventaja el tener acceso permanentemente al equipo de grabación.

Asimismo, es satisfactorio el saber que se cuentan con los Recursos Técnicos de Difusión adecuados para una óptima propagación de la señal, lo que indica que todos los esfuerzos emprendidos, tanto humanos, económicos, así como técnicos, lograrán su objetivo.

**LA  
RADIODIFUSION  
POR  
ONDA  
CORTA  
EN  
MEXICO**

**CAPITULO SEGUNDO**

## 2.1 LA RADIODIFUSION POR ONDA CORTA EN MEXICO

La radio es el medio de comunicación por excelencia, esencial para fortalecer la identidad e integración nacionales. La influencia que ejerce en su auditorio es decisiva, ya que tiene la capacidad de determinar ciertos patrones de conducta y pensamiento, mediante la formación y reforzamiento de hábitos.

Desde su origen en México, su utilización siguió dos derroteros fundamentales: el comercial y el cultural.

En las primeras décadas de este siglo la radiodifusión observó un desarrollo extraordinario, principalmente por la influencia de intereses comerciales; una época en la que la actividad privada mercantil fue absoluta. El Estado permaneció al margen, en calidad de simple espectador de su desarrollo, y no fue hasta años después que se interesó en los aspectos desechados a causa de: una "falta de rentabilidad", como eran las actividades artístico-intelecto-culturales.

Posteriormente durante la década de los años 40 surgió la televisión y todo indicaba que la radio sería relegada a un segundo plano. Sin embargo, sus características le permitieron dividir y definir su propio auditorio, a la vez que la ubicaron como un instrumento de máxima cobertura y penetración, al poder alcanzar la totalidad del territorio nacional, por una parte, y al tener la posibilidad de abarcar auditorios internacionales, por la otra.

En 1970, nuestro país contaba con un total de 603 estaciones de radio(1):

- 517 de amplitud modulada
- 62 de frecuencia modulada
- 24 de onda corta.

Para 1986 el país contaba con 918 radiodifusoras:

- 681 de amplitud modulada;
- 207 en frecuencia modulada
- 30 en onda corta.

-----  
(1) Fuente: Prontuario de Comunicaciones y Transportes 1986, SCyT, Mexico 1986.

Nota: Se presentan cifras de 1986, porque no existen estadísticas actualizadas al respecto, ni en la misma Secretaría de Comunicaciones y Transportes.



En 16 años, el total de las radiodifusoras se incrementó en un 52.2%; las de amplitud modulada 31.7%; las de frecuencia modulada 233.8% y de onda corta 25%.

De estas cifras destacan:

- a) El crecimiento de las estaciones de frecuencia modulada que triplicó su número con un 14.6% de crecimiento anual.
- b) El crecimiento más bajo que corresponde a las estaciones de onda corta en las que su número varió mínimamente.

Al hablar de radiodifusión nos referimos a todas sus modalidades y frecuencias incluyendo a las de onda corta, las cuales, por lo tanto, siguieron las mismas pautas de desarrollo que las de ondas media y larga, con la diferencia de que aquellas jugaban el papel de instrumento aplicado con el fin de llegar a públicos internacionales, simplemente con una repetidora del mensaje comercial local y sin contar con una barra programática especial.

Desde sus inicios las grandes emisoras nacionales transmitían también en onda corta, así tenemos ejemplos de radiodifusoras comerciales como la XEW, la cual posee transmisores en esas frecuencias, destinados fundamentalmente para llegar a gran parte de los países latinoamericanos; Igualmente la XEQK que cuenta con transmisores tanto en amplitud y frecuencia moduladas (AM y FM), como en Onda Corta.

Todas esas cadenas siguieron transmitiendo en onda corta hasta que, a mediados de los años sesentas, la falta de interés y de mantenimiento a los equipos provocaron que la voz de México en el mundo fuera inaudible.

En sí, en nuestro país se nota un completo descuido en cuanto a la utilización de la radiodifusión en Onda Corta, ocasionado por varios factores, principalmente económicos.

Por su parte, el Estado realizó varios intentos para difundir la voz radiofónica de nuestro país en el exterior, y a mediados de 1935, a través de la Secretaría de Relaciones Exteriores lanzó al aire la emisora de onda corta "XECR".

Esa estación de onda corta tenía una doble finalidad: llevar el mensaje de la patria a los mexicanos residentes en el extranjero y extender a los pueblos del mundo el saludo fraterno de México.

Desafortunadamente la vida de la radiodifusora no fue muy extensa ya que la insuficiencia del presupuesto la hizo desaparecer a principios de 1937.

Por las mismas fechas una nueva estación gubernamental de onda corta iniciaba operaciones: la "XEXA", que difundía de modo simultáneo con "XEDP", del Departamento Autónomo de Prensa y Propaganda, radiodifusoras que tuvieron un destino similar a aquella de Relaciones Exteriores.

En fin han sido muchos los tropiezos a los que ha debido enfrentarse la radiodifusión en onda corta.

Cambiando un poco el panorama, observemos más de cerca la evolución seguida por las radiodifusoras de onda corta desde la década de los años '70. (2)

#### ESTACIONES DE ONDA CORTA:

	1970	1976	1982	1985	1986	1987
TOTAL	24	26	32	29	30	29
CONCESIONADAS	15	15	20	18	19	18
PERMISIONADAS	9	11	12	11	11	11

En nuestro país funcionan actualmente 29 estaciones radiodifusoras en frecuencias de onda corta, distribuidas en 12 estados de la República.

De éstas, 11 son de carácter cultural y las otras 18 son de corte comercial las cuales conforman el sistema de Radiodifusión en frecuencias de onda corta en nuestro país y que más adelante analizaremos más detenidamente.

-----  
(2) Fuente: Prontuario de Comunicaciones y Transportes, SCyT, 1986.

## 2.1.1 LOS INTERESES NACIONALES Y LA ONDA CORTA

Con el paso de los años, la radiodifusión en frecuencias de onda corta ha seguido las dos opciones principales de esta actividad: la comercial y la cultural. Sin embargo, por sus características no podía inscribirse dentro del simple quehacer radiofónico.

!Y así fue!.

Sin descuidar el motivo que la impulsa originalmente, ya fuera comercial o cultural, y debido a la diferencia de alcance y penetración, con respecto a las demás formas de difusión radiofónica, era obligado que su tratamiento se efectuará de una manera muy especial. Y fue el Estado quien después de comprobar la gran importancia que reviste esta modalidad de difusión, determinó los principales parámetros dentro de los cuales se deberían ajustar sus emisiones.

Estos requisitos están definidos en el Artículo séptimo de la Ley de Radio y Televisión, referente a las estaciones susceptibles a ser captadas más allá de nuestras fronteras:

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

En esos parámetros se pueden captar 2 preocupaciones principales:

- a) Difundir los distintos aspectos de la historia y de la desenvolvimiento de la vida nacional.
- b) Abrir o reforzar vínculos con otros países, especialmente en el área económica.

Ambas preocupaciones revelan la inquietud de México por acrecentar sus vías de comunicación y entendimiento con los pueblos de la comunidad internacional.

No todas las sociedades son iguales, ni responden a los mismos estímulos. En cada país o región se determina el uso de los medios de comunicación, de acuerdo a sus intereses y sólo de ello dependerá el modelo y características con los cuales estos llevarán a cabo sus actividades de influencia.

En cada sociedad las costumbres son distintas y por lo tanto los métodos para hacer entender e influenciar a los oyentes es diferente.

Al proponer modelos radiofónicos encontraremos que estos se deben sujetar a necesidades muy particulares y específicas, por lo tanto, el quehacer radiofónico en onda corta debe concebirse en primera instancia, de acuerdo a las prioridades de crecimiento y desarrollo de nuestro país, para así responder primero, a la búsqueda de un bienestar social generalizado y después a los esfuerzos nacionales de superación, de otra manera no servirá en absoluto cualquier esfuerzo que se haga al respecto.

Sabemos que la necesidad de comunicación y de intercambio de informaciones y datos entre naciones es algo imprescindible. Que el hombre ha evolucionado, y que su constante necesidad por conocer y sacar provecho de nuevas alternativas crece constantemente, lo que lo empuja hacia el encuentro y el entendimiento con sus semejantes.

Dentro de ese contexto, los medios de comunicación juegan un papel imprescindible dentro de sus políticas de desarrollo y con mayor fuerza, la radiodifusión en onda corta, actividad que refuerza los vínculos entre las naciones, por lo que su uso implica una profunda responsabilidad.

México, conciente de esta necesidad y con el deseo de ensanchar sus contactos con la comunidad internacional ha seguido una política de divulgación y acercamiento de nuestra cultura a los naciones del mundo.

Y ha sido estrictamente en esa área: la cultura, la tradición, el folklore y la historia de nuestro país. Algo muy importante, pero a la vez inadecuado a las prioridades nacionales.

La radiodifusión en onda corta es el medio de comunicación privilegiado con que contamos, ya que a través de su utilización, nuestro país se forma una imagen integral dentro de la comunidad internacional.

Es hora de comprender que lo que se difunda a través de esas frecuencias será la imagen que en el exterior se forme de nuestro país.

Y esta debe ser definitivamente una imagen de vanguardia y agresiva ante su problemática, encaminada fundamentalmente a obtener un Bienestar Nacional Generalizado.

Todo lo antes expuesto esta incluído en esos cuatro rubros determinados dentro de la ley de radio y televisión, con la diferencia de que ha omitido una premisa fundamental: la Actualidad.

Sólo mediante la difusión constante y actualizada de un panorama de los acontecimientos nacionales, que incluya sus avances, sus inquietudes, su desarrollo, sus recursos y sus motivaciones, así como sus manifestaciones culturales, y un repaso sencillo de sus tradiciones, es posible que la comunidad internacional nos conozca más a fondo, y pueda posteriormente, comprender de una manera mas adecuada nuestros esfuerzos y demandas por lograr un mejor nivel de vida.

## 2.1.2 RADIODIFUSORAS DE ONDA CORTA EN NUESTRO PAIS

En México existen 29 estaciones radiodifusoras en onda corta, las cuales responden a dos objetivos fundamentales, la difusión comercial y la cultural.

Se encuentran distribuidas en 12 estados de la República, 18 son comerciales y 11 culturales. Por lo general ninguna de ellas cuenta con una programación propia sino que actúan como simples repetidoras de las barras programáticas de estaciones locales, lo mismo si son culturales o comerciales.

En sí, la geografía de la onda corta en el territorio nacional esta conformada de la siguiente manera: (3)

ESTADO	ESTACIONES		TOTAL
	COMERCIALES	CULTURALES	
1- Chiapas	1	---	1
2- Chihuahua	---	1	1
3- Distrito Federal	11	4	15
4- Guanajuato	1	---	1
5- Guerrero	---	1	1
6- Jalisco	---	1	1
7- Nuevo León	---	1	1
8- San Luis Potosí	---	1	1
9- Sonora	1	1	2
10- Tamaulipas	1	---	1
11- Veracruz	2	1	3
12- Yucatán	1	---	1
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>11</b>	<b>29</b>

(3) Fuente: Dirección General de Normatividad y Control de Comunicaciones. Dpto. de Estudios Económicos y Evaluación Oficial de Información y Estadística. Datos hasta el 9 de Junio de 1987.

\*Cuáles son estas estaciones y sus frecuencias de transmisión?.

Según datos obtenidos en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, las radiodifusoras de onda corta en nuestro país son las siguientes:(4)

ESTADO	MUNICIPIO	SIGLAS	CLASE	FRECUENCIA	POTENCIA
CHIAPAS	Tapachula	XETS-OC	CONCES.	6120 Khz.	500 w.*
CHIHUAHUA	Chihuahua	XERVV-OC	PERMIS.	6140 Khz.	250 w.*
D.F.		XEHH-OC	CONCES.	11880 Kkhz.	5000 w.*
		XEMP-OC	CONCES.	11740 Khz.	1000 w.*
		XEMZ-OC	CONCES.	11860 Khz.	1000 w.*
		XENN-OC	CONCES.	11780 Khz.	500 w.*
		XEOI-OC	CONCES.	6010 Khz.	250 w.*
		XEPPM-OC	PERMIS.	6185 Khz.	1000 w.*
		XEQK-OC	CONCES.	9555 Khz.	500 w.*
		XEQQ-OC	CONCES.	9680 Khz.	1000 w.*
		XERCM-OC	CONCES.	6130 Khz.	1000 w.*
		XERMX-OC	PERMIS.	15125 Khz.	10000 w.*
		XERR-OC	CONCES.	15110 Khz.	5000 w.*
		XEVOZ-OC	CONCES.	15200 Khz.	5000 w.*
		XEWW-OC	CONCES.	6125 Khz.	10000 w.d
					5000 w.n
		XEXA-OC	PERMIS.	6175 Khz.	250 w.*
		XEYV-OC	PERMIS.	9600 Khz.	1000 w.d
					250 w.n
GUANAJUATO	León	XEXG-OC	CONCES.	6065 Khz.	500 w.*
GUERRERO	Chilpancingo	XEVJ-OC	PERMIS.	2140 Khz.	250 w.*
JALISCO	Guadalajara	XEJG-OC	PERMIS.	4820 Khz.	250 w.*
NUEVO LEON	Linares	XEUJ-OC	PERMIS.	5980 Khz.	500 w.*
S.L.P.	S.L.P.	XEXQ-OC	PERMIS.	6045 Khz.	250 w.*

-----continua.....-----

(4) Fuente: Estadística de Radiodifusión en operación por entidad federativa y localidad, reporte RD20-00 al 9 de Junio de 1987. Secretaría de Comunicaciones y Transportes; Departamento de Estudios Económicos y Evaluación Oficial de Información y Estadística.

(\*) Potencia continua; (d) diurna; (n) nocturna

ESTADO	MUNICIPIO	SIGLAS	CLASE	FRECUENCIA	POTENCIA
SONORA	Hermosillo	XEBR-OC	CONCES.	11820 Khz.	150 w.*
	Hermosillo	XEUDS-OC	PERMIS.	6115 Khz.	1000 w.*
TAMAULIPAS	Cd. Mante	XECMT-OC	CONCES.	6090 Khz.	1000 w.*
VERACRUZ	Huayacocotla	XEJN-OC	PERMIS.	2390 Khz.	500 w.*
	Veracruz	XEFT-OC	CONCES.	9545 Khz.	250 w.*
	Veracruz	XEUW-OC	CONCES.	6020 Khz.	250 w.*
YUCATAN	Mérida	XEQM-OC	CONCES.	6105 Khz.	250 w.*

Este es a grandes rasgos el panorama de las Radiodifusoras en frecuencias de Onda Corta de nuestro país.



**XERMX-OC  
RADIO  
MEXICO  
INTERNACIONAL**

## 2.2 XERMX-OC RADIO MEXICO INTERNACIONAL

En la actualidad la necesidad de comunicación y de intercambio de informaciones y datos entre los pueblos del mundo se ha vuelto imprescindible en todos los ámbitos del quehacer humano.

El desarrollo tecnológico de los medios de comunicación ha ocasionado que los conceptos de distancia y tiempo hayan perdido su magnitud real y ahora todo se entienda como próximo e instantáneo. Los medios de comunicación llevan y traen datos e informaciones de sucesos, en el momento mismo en que ocurren y desde cualquier punto de nuestro planeta.

La humanidad evoluciona y su constante curiosidad por conocer y aprovechar lo universal crece constantemente: el observar distintas manifestaciones culturales; el desenvolvimiento de procesos sociales; el tratamiento científico a problemas industriales o médicos; el aprovechamiento de oportunidades mercantiles; etc., todo ello obliga al intercambio y el entendimiento entre los distintos pueblos del planeta.

Obliga a las naciones a buscar o adaptar nuevos canales de difusión diseñados para conveniencia de sus políticas de desarrollo.

El gobierno Mexicano conciente de esta situación y con el deseo de ensanchar sus contactos con la comunidad internacional confió a XERMX-OC, Radio México Internacional, la labor de actuar como un vehículo de información, que permitiera la divulgación y el acercamiento de nuestra cultura a los pueblos del mundo.

### 2.2.1 ANTECEDENTES (5)

EL origen de la difusora de onda corta, Radio México Internacional XERMX-OC, se remota a varias décadas atrás. Fue despues de las olimpiadas en Mexico, en 1968, cuando el entonces presidente Gustavo Diaz Ordaz, dio los pasos necesarios para su fundacion.

-----  
(5) Datos obtenidos de los archivos de XERMX-OC, Radio México Internacional y de Memoria 1970-1976 de la Sub-Secretaría de Radiodifusión. Dirección General de Investigación y Desarrollo, SCT, México, 1976, pp 166-167.

Radio México nació integrada a la agencia de noticias "Notimex", y comenzó a transmitir desde los estudios ubicados en la avenida de los Insurgentes-Sur 1700.

Su desarrollo abarca varias etapas, durante las cuales ha visto re-definidos sus objetivos, su programación, sus horarios de transmisión y sus frecuencias, entre otras cosas. Debido principalmente a los distintos: puntos de vista, opiniones y políticas comunicativas puestas en práctica por las varias administraciones públicas que han pasado a lo largo de la historia de la radiodifusora.

Así, el 1 de septiembre de 1969, se difundió el quinto informe de gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz: por la frecuencia 11.720 en la banda de los 25 metros con una potencia de 10 000 watts.

Los trabajos de instalación de los transmisores continuaron, al igual que las emisiones piloto de "Radio México", transmitiéndose de 16 a 18 horas diarias.

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

Posteriormente, y durante la administración de Luis Echeverría Álvarez, se creó en 1970 la Subsecretaría de Radiodifusión, "Radio México" quedó incluido dentro de su estructura en el Departamento de Radio y Grabaciones, dependiente de la Dirección General de Producción de la misma Subsecretaría.

Radio México se consolida como estación radiofónica el 1 de diciembre de 1970, ya que para entonces está completamente realizada la instalación de su sistema de transmisión el cual contaba con un transmisor de 50 000 watts y cuatro de 10 000 watts, que difundían su señal a distintos puntos del planeta.

Las frecuencias por las que transmitía eran las siguientes:

FRECUENCIA	BANDA
9.745 mhz.	31 metros
11.720 mhz.	25 metros
6.055 mhz.	50 metros
15.125 mhz.	19 metros
21.705 mhz.	13 metros

Sus antenas estaban dirigidas a la República Mexicana, el Caribe, Centro y Sudamérica, sureste de los Estados Unidos, y Europa.

A principios de 1972, de acuerdo a un estudio efectuado por el área técnica, se localizaron las frecuencias más apropiadas para enviar la señal al área continental y se utilizó el transmisor más potente en la zona primaria de cobertura: América del Sur. Además se ajustó su programación y se redujeron los horarios de transmisión a 8 horas.

Sus emisiones se efectuaban desde la torre de telecomunicaciones en las calles de Xola y la avenida Niño Perdido (hoy Eje Central).

Sus horarios de transmisión eran de 7:15 a 9:35 horas y de 17:10 a 21:35 horas de lunes a sábados. Los domingos se ampliaba hasta las 23:05 horas con el fin de transmitir la Hora Nacional.

Es importante resaltar que el gobierno del presidente Luis Echeverría dió un gran impulso a "Radio México" debido principalmente a su gran interés en que éste sistema de onda corta difundiera las actividades del Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo, así como las del Sistema Económico Latinoamericano.

Por lo mismo, no es raro que esta radiodifusora tuviera sus mejores años durante dicha administración.

En 1977, ya durante la presidencia de Jose Lopez Portillo, se creó la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (R.T.C.), dependiente de la Secretaría de Gobernación, por lo que "Radio México" pasó a formar parte de dicha dependencia.

Sus transmisiones se realizaban desde los Estudios Churubusco, en avenida Churubusco y calzada de Tlalpan.

Más tarde se transmitió desde Huipulco y de ahí, las cabinas de Radio México se trasladaron, en 1980, a la calle de Colima 161, en la colonia Roma.

Una nueva re-definición de objetivos estaba en puerta.

El 21 de septiembre de 1978 fue creado el Departamento de Radio México, el cual estaba integrado por tres jefaturas de oficina: de Programación y Continuidad; de Relaciones Internacionales, y de Producción. Así como con una Área Técnica, formada por una jefatura de departamento de Transmisiones, y dos oficinas: de Planta Transmisora y de Control Maestro de Radio.

Se impulsó una renovación total de la radiodifusora y la Productora Nacional de Radio y Televisión, fue la institución encargada de proporcionar los programas que deberían difundirse a través de "Radio México".

El cambio de instalaciones trajo consigo la disminución en el tiempo de programación al aire, con ello se perdió el horario matutino, por lo que sólo se transmitía entre las 14:00 y las 21:30 horas de lunes a sábado, excepto los domingos cuando se extendía hasta las 23:00 horas con el fin de enlazarse con la Hora de México (Hora Nacional).

Transmitía a través de cinco bandas y frecuencias con las que llegaba al radioesucha en el mundo:

- 1.-de 14:00 a 16:00 horas por la banda de los 19 metros y en la frecuencia de 15.430 mhz.
- 2.-de 16:00 a 21:30 por las restantes: 16 metros-17.765 Khz.
- 3.- (incluyendo la de 19 mts.) 25 metros-11.770 Khz.
- 4.- 31 metros- 9.705 Khz.
- 5.- 50 metros- 5.985 khz.

Y su programación combinaba cinco temas fundamentales:

Turismo  
Música  
Información  
Cultura  
Historia

Posteriormente, el 25 de marzo de 1983, ya durante la administración de Miguel de la Madrid, y por decreto suyo, se creó el Instituto Mexicano de la Radio, asignandosele, entre otras radiodifusoras, a "Radio México". El cual, por prioridades comunicativas más definidas, se integró al nuevo organismo como su sistema de onda corta y paso a ser Radio México "Internacional".

Los objetivos de la radiodifusora se replantearon a fin de que se ajustaran a los lineamientos establecidos en el artículo séptimo de la Ley de Radio y Televisión referente a las estaciones susceptibles de ser captadas más allá de nuestras fronteras:

Difundir la cultura nacional  
Informar sobre los acontecimientos nacionales  
Fomentar el turismo  
Promover el comercio exterior

Con la nueva administración, Radio México Internacional estandarizó la transmisión de su programación en el idioma oficial del país, Español; por lo que a partir de 1984 las antenas se orientaron hacia Latinoamérica, el Caribe, sur de los Estados Unidos y el territorio nacional.

Asimismo, se amplió el horario de transmisión, se abrió un espacio matutino: de 7:00 a 11:00 horas; y las emisiones vespertinas se alargaron hasta las 23:00 horas, diariamente.

Entonces su transmisión se realizaba por las siguientes bandas:

BANDAS	FRECUENCIAS	HORARIO (hora central México)
50 metros	5.985 mhz.	7:00 a 11:00 horas
25 metros	11.770 mhz.	7:00 a 11:00 horas
16 metros	17.765 mhz.	14:00-17:00 y 21:00-23:00 hrs.
31 metros	9.705 mhz.	14:00 a 22:45 horas
19 metros	15.430 mhz.	14:00 a 23:00 horas

A partir de 1983 y hasta 1984 se realizaron estudios con el fin de reestructurar el perfil programático el cual debería encontrar un equilibrio entre las demandas del auditorio y la política de comunicación seguida por el Instituto Mexicano de la Radio.

La programación se apoyó en esa ocasión en las producciones realizadas por la Dirección de Producción del propio Instituto.

Su equipo técnico estaba constituido por un cinco transmisores y su cobertura primaria de la radiodifusora abarcaba: la República Mexicana, el Caribe, América Central y América del Sur, asimismo, cubría el sur de los Estados Unidos.

Un aspecto importante de resaltar es el hecho de que después de los terremotos del 19 y 20 de septiembre de 1985, debido a los daños que sufrieron sus instalaciones de la calle de Colima 161, en la colonia Roma, "Radio México Internacional" tuvo que trasladarse a la calle de Margaritas no. 18 en la colonia Florida, domicilio desde donde realizó una ininterrumpida labor social, con la cual mantuvo constantemente informado al auditorio internacional sobre esos sucesos.

Actualmente, con la administración de Carlos Salinas de Gortari, y la creación del Consejo Nacional para las Artes y la Cultura, se otorgará con una nueva dimensión a la radiodifusión de onda corta en la que la prioridad es la difusión de los valores culturales y la vida en nuestra nación.

Hasta este momento los directores o gerentes de Radio México Internacional han sido: Enrique Herrera, Arnaldo Martínez, Carlos Fradera Brunet, Héctor González de la Barrera, Roberto Calleja, Jorge Haro Romero, Armando Reyes Velarde, Beatriz Villagarcía Medina y Carmen Strobile.

## 2.2.2 OBJETIVOS

Los objetivos generales de Radio México han sido prácticamente los mismos desde su fundación.

Sin considerar algunas diferencias, obligadas por las distintas concepciones de lo que debería ser la política de comunicación nacional hacia el mundo, el Estado siempre ha tenido en cuenta la conveniencia de ensanchar sus contactos con la comunidad internacional, lo que lo ha impulsado a buscar un instrumento apto para lograrlo. Con XERMX-OC, Radio México Internacional encontró un vehículo idóneo de información, que le permite la divulgación y el acercamiento de nuestra cultura a los pueblos del mundo.

Los objetivos fundamentales de la radiodifusora han estado determinados dentro de los mismos parámetros, a pesar de sus distinta etapas:

- 1.-Difundir los distintos aspectos de la historia y del desenvolvimiento de la vida nacional.
- 2.-Abrir o reforzar vínculos con otros países.
- 3.-Llevar el mensaje de la patria a los mexicanos residentes en el extranjero.
- 4.-Extender a los pueblos del mundo la voz de México.

Objetivos que a podido llevar a cabo gracias a las siguientes preocupaciones programáticas:

- Dar a conocer los valores artísticos y culturales mexicanos.
- Exteriorizar las grandes manifestaciones de nuestro folklor y las tradiciones nacionales.
- Propiciar un más amplio y profundo conocimiento de nuestra historia, mediante la difusión de relatos de nuestro pasado.
- Motivar el acercamiento a los valores nacionales.
- Llevar al exterior el testimonio del trabajo cotidiano tanto del pueblo como del gobierno mexicanos.
- Propiciar una mayor y mejor difusión del diario acontecer en todos los ámbitos del país, dando especial énfasis a los aspectos prioritarios para el beneficio y bienestar sociales, así como las expectativas para el futuro.
- Promover a nuestra Nación como polo turístico que ofrece múltiples alternativas.
- Describir sus riquezas: naturales, históricas, arquitectónicas, folklóricas, etc.
- Difundir los avances técnicos, científicos, e industriales, de nuestro país, con el fin de coadyuvar al fomento del intercambio comercial.

A grandes razgos, algunas pequeñas diferencias de orientación se han sentido durante las distintas administraciones presidenciales por las que ha pasado:

Con Gustavo Diaz Ordaz:

El objetivo básico era transmitir al exterior:

- a) Noticias y comentarios de acuerdo a una política oficial.
- b) Música mexicana.
- c) Asimismo se le destino para establecer un servicio a las embajadas de México en el mundo para que estuvieran informadas oportunamente de los acontecimientos en el país.

Con Luis Echeverría Alvarez se sintió un fuerte impulso encaminado a estrechar los vínculos con el exterior, especialmente a través de la Radio y la Televisión, motivado principalmente por su "Carta de los Derechos y Deberes de los Estados", presentada en la Organización de las Naciones Unidas. Por lo que no era extraño que, además del constante peregrinar del presidente de la República por el mundo entero, se utilizaran todos los medios disponibles para difundir la voz de México, en la que se incluyeran los principios y postulados de esa carta, así como un constante llamado hacia la unidad de los países del Tercer Mundo.

Por ello, la radiodifusión en onda corta jugaba un papel fundamental, y es en esta época cuando Radio México ve su máximo esplendor.

Sus objetivos estaban dirigidos para:

- a) Hacer patente el interés de México por acrecentar las vías de comunicación y entendimiento entre los países del llamado "Tercer Mundo".
- b) Fungir como la infraestructura básica de difusión para las actividades del Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo, así como las del Sistema Económico Latinoamericano (SELA).

Con José Lopez Portillo el desenvolvimiento de Radio México disminuye notablemente a pesar de lo cual sigue trabajando gracias al impulso obtenido durante el sexenio anterior. Lo único que se hace es revisar algunos aspectos técnicos y de organización. Sus objetivos se centraron principalmente en difundir cinco temas fundamentales:

- a) Turismo
- b) Música
- c) Información
- d) Cultura
- e) Historia



Con Miguel de la Madrid es menor aún su desarrollo, inclusive llega a un estancamiento y sólo se realizan algunos cambios de menor importancia.

Sus objetivos entonces son prácticamente los mismos que en la administración anterior:

- a) Difundir la cultura nacional
- b) Informar sobre los acontecimientos nacionales
- c) Fomentar el turismo
- d) Promover el comercio exterior

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

Todo lo anterior revela la inquietud de México en acrecentar sus vías de comunicación y entendimiento con los pueblos de la comunidad internacional.

Inquietud que no logra consolidarse por la falta de una política consistente de comunicación social hacia el exterior y por la carencia de preparación, responsabilidad y seriedad de los encargados de realizar esta labor.

El quehacer radiofónico en onda corta debe concebirse de acuerdo a las prioridades de crecimiento y desarrollo de nuestro país.

Responder a la búsqueda de un bienestar social y a los esfuerzos nacionales de superación, de otra manera no servirá en absoluto cualquier esfuerzo que se haga al respecto.

## 2.2.3 INFRAESTRUCTURA Y CARACTERISTICAS

Como ya habiamos determinado anteriormente, hablar de infraestructura nos referimos a los recursos con que cuenta esta estación para poder llevar a cabo los objetivos que le han sido encomendados.

### RECURSOS HUMANOS:

Radio México Internacional cuenta con el siguiente organigrama:

GERENTE  
SUB-GERENTE  
PRODUCTOR DE BASE  
PRODUCTOR POR HONORARIOS  
CONTINUISTA  
SECRETARIA  
PLANILLA DE LOCUTORES (4 de Base y 1 por Honorarios)  
PLANILLA DE OPERADORES (3 de Estacion y 3 de Transmision).  
PERSONAL DE SERVICIO SOCIAL

La mayor parte de la gente contratada en Radio México Internacional son egresados de la Carrera de Comunicación de las diversas Universidades del País, especialmente el gerente, sub-gerente y productores.

Los locutores todos cuentan con licencia para realizar su profesión otorgada por la Secretaría de Educación Pública.

### RECURSOS TECNICOS:

#### 1.-DE PRODUCCION:

Radio México Internacional posee un estudio de grabación/transmisión para su uso exclusivo ubicado en sus instalaciones de Margaritas # 18, colonia Florida. Además, tiene acceso, durante 3 horas diarias, a otro estudio que comparte con las demás estaciones del Instituto Mexicano de la Radio.

#### 2.-DE TRANSMISION:

Las instalaciones de la planta transmisora de Radio México Internacional se encuentran ubicadas en el sureste de la Ciudad de México, en la colonia el Vergel, perteneciente a la delegación Iztapalapa y se albergan en un edificio construido especialmente para transmisiones de onda corta.

El equipo técnico de transmisión esta constituido por un complejo de cinco transmisores: Cuatro de ellos son de 10 000 watts de potencia, de los cuales, dos utilizan antenas direccionales de alta ganancia, de 12 decibeles (dB) del tipo Log periódica rotatoria y los otros dos, emplean antenas no direccionales del tipo dicono con 4 dB de ganancia.

El quinto transmisor es de 50 000 watts. de potencia y también cuenta con una antena direccional de alta ganancia de 14 dB, del tipo Log periódica rotatoria.

Además esta por entrar en función un transmisor 100 000 watts de potencia, junto con una antena logarítmica.

Todas las antenas direccionales pueden enviar sus señales a cualesquiera de los azimuts preestablecidos y que cubren gran parte del mundo en diferentes horarios.

#### **RECURSOS ECONOMICOS:**

La estación cuenta con una presupuesto aproximado de un millón de pesos al mes, destinados gastos de producción, a pago de colaboradores por honorarios, de correspondencia, de apartados postales, por obsequios y premios, así como para suscripciones a periódicos, entre otras cosas.

Todos los demás gastos, como teléfono, material de producción y de oficina, corren a cargo de la Dirección de Administración y Finanzas del mismo Instituto.

#### **2.2.3.1 COBERTURA**

Tentativamente, la cobertura primaria de la radiodifusora abarca:

- a) La República Mexicana,
- b) El Caribe
- c) América Central
- d) América del Sur
- e) Sur de los Estados Unidos

Aunque se reciben reportes esporádicos de los cinco continentes.

La señal esta dirigida fundamentalmente hacia 10 zonas de recepción radiofónica:

ZONA:	REGION:
-----SUR DE ESTADOS UNIDOS:-----	
6	Parte Suroeste de Estados Unidos.
7	Parte Sur-Central de Estados Unidos.
8	Parte Sureste de Estados Unidos.
-----TERRITORIO NACIONAL-----	
10	TERRITORIO NACIONAL
-----CENTROAMERICA:-----	
11	Caribe y Centroamérica.
-----AMERICA DEL SUR:-----	
12	Venezuela
	Colombia
	Bolivia hasta Titicaca.
13	Brasil hasta Uruguay.
14	Argentina y Chile.
15	Paraguay y Brasil.
16	Sur de Chile y Argentina.

### 2.2.3.2 FRECUENCIAS

Como ya habiamos mencionado, Radio México Internacional, cuenta con cinco transmisores, 4 de 10 000 watts y uno de 50 000 watts de potencia, los cuales transmiten en distintas frecuencias y longitudes de onda.

Tanto la selección de la potencia de los transmisores, como sus frecuencias, responde a estudios destinados a lograr una óptima cobertura.

Estos estudios buscaban una característica fundamental:

-Utilizar las mejores frecuencias y la potencia ideal, con el fin de facilitar su sintonía en las distintas zonas geográficas y durante todas las épocas del año.

De esa manera, las frecuencias con las que trabaja Radio México Internacional son las siguientes:

50 METROS	5.985 Mhz.	10 000 watts de potencia.
31 METROS	9.705 Mhz.	10 000 watts de potencia.
25 METROS	11.770 Mhz.	10 000 watts de potencia.
19 METROS	15.430 Mhz.	50 000 watts de potencia.
16 METROS	17.765 Mhz.	10 000 watts de potencia.

### 2.2.3.3 HORARIOS DE TRANSMISION

La programación que difunde Radio México Internacional esta dividida en dos horarios (Tiempo del centro de México):

Matutino de: 07:00 a 11:00 hrs.  
Vespertino de: 14:00 a las 23:00 hrs.

El siguiente cuadro nos muestra los horarios de difusión en cada frecuencia y longitud de onda:

#### MATUTINO:

HORA CENTRAL DE MEXICO	TIEMPO UNIVERSAL COORDINADO (GMT)	BANDA	FRECUENCIA
DE 07:00 a 11:00	13:00 a 17:00 hrs.	50 METROS	5.985 Mhz.
DE 07:00 a 11:00	13:00 a 17:00 hrs.	25 METROS	11.770 Mhz.

#### VESPERTINO:

HORA CENTRAL DE MEXICO	TIEMPO UNIVERSAL COORDINADO (GMT)	BANDA	FRECUENCIA
DE 14:00 a 17:00	20:00 a 23:00 hrs.	16 METROS	17.765 Mhz.
DE 14:00 a 22:45	20:00 a 04:45 hrs.	31 METROS	9.075 Mhz.
DE 14:00 a 23:00	20:00 a 05:00 hrs.	19 METROS	15.430 Mhz.
DE 31:00 A 23:00	03:00 A 05:00 hrs.	16 METROS	17.765 Mhz.

#### 2.2.3.4 DIRECCION DE LA SENAL

La señal de Radio México Internacional esta dirigida hacia el continente Americano, desde el Sur de los Estados Unidos hasta el área mas septentrional de Sudamérica pasando por la zona del Caribe y Centroamérica. En teoría, prácticamente todo el continente esta cubierto por sus transmisiones.

También se han realizado estudios de cuales son los mejores horarios y frecuencias para cada zona. A excepción del Territorio Nacional, Centroamérica y el Caribe que reciben la señal en todos los horarios y frecuencias, las demás zonas la captan solo por algunas y a determinadas horas, así tenemos que:

En el horario Matutino comprendido de 07:00 a 11:00 hrs. tiempo de México hay 2 transmisores funcionando:

a) El número 3 de caracter omni-direccional en la frecuencia 5.985 Mhz. banda de los 50 metros y una potencia de 10 000 watts para cubrir: Las partes Sur-central y Sureste de los Estados Unidos, así como el Territorio Nacional, el Caribe y Centroamérica.

b) Y el número 2 también omni-direccional en la frecuencia de 11.770 Mhz., banda de los 25 metros y con una potencia de 10 000 watts para cubrir: Las partes Suroeste y Sur-central de los Estados Unidos, así como el Territorio Nacional, el Caribe y Centroamérica.

El siguiente cuadro ilustra mejor la transmisión matutina de Radio México Internacional:

HORA DE MEX.	TRANSMISOR Kwatts	#	BANDA	ANTENA DIRECCION	FRECUENCIA	ZONAS
07:00 a 11:00 Hrs.	10	3	50 mts.	Omi-No Direccional	5.985 Mhz.	7-8 10-11
07:00 a 11:00 hrs.	10	2	25 mts.	Omi-No Direccional	11.770 Mhz.	6-8 10-11

Por otro lado, el horario vespertino esta comprendido de las 14:00 a las 23:00 hrs. tiempo central de México. En este periodo entran en funcionamiento los otros tres transmisores de la radiodifusora, incluido el de 50 000 watts.

De esa manera tenemos que:

-de 14:00 a 17:00 hrs. tiempo de México, funciona el transmisor número 4, unidireccional dirigido a los 14 grados en la frecuencia de 17.765 Mhz., banda de los 16 metros y con una potencia de 10 000 watts para cubrir: Las partes Sur-Central y Sureste de los Estados Unidos, el Territorio Nacional, el Caribe, Centroamérica y Brasil hasta Uruguay.

-de 14:00 a 22:45 hrs. tiempo de México, funciona el transmisor número 1, con una señal también unidireccional dirigida a los 89 grados en la frecuencia de 9.705 Mhz. banda de los 31 metros y con una potencia de 10 000 watts para cubrir: El Territorio Nacional, la zona del Caribe y Centroamérica.

-de 21:00 a 23:00 hrs. tiempo de México, vuelve a entrar en acción el transmisor 4, con una señal unidireccional dirigida ahora hacia los 318 grados en la frecuencia de los 17.765 Mhz. banda de los 16 metros y con una potencia de 10 000 watts para cubrir: La parte Suroeste de los Estados Unidos, el Territorio Nacional, la zona del Caribe, Centroamérica y Brasil hasta Uruguay.

-y finalmente, de las 14:00 a 23:00 hrs. tiempo de México trabaja el transmisor número 5, con una señal unidireccional dirigida a los 142 grados, en la frecuencia de los 15.430 Mhz. banda de los 19 metros y con una potencia de 50 000 watts para cubrir: El Territorio Nacional; la zona del Caribe y Centroamérica; Venezuela; Colombia; Bolivia (hasta el Titicaca); Brasil hasta Uruguay; Argentina y Chile, tanto en su zona norte como en el sur; y el área comprendida entre Brasil y Paraguay.

La siguiente tabla muestra más claramente las transmisiones vespertinas de Radio México Internacional:

HORA DE MEX.	TRANSMISOR Kwatts	#	BANDA	ANTENA DIRECCION	FRECUENCIA	ZONAS
14:00 a 17:00 hrs	10	4	16 mts.	Unidireccional 14^	17.765 Mhz.	7-8-10 11-13
14:00 a 22:45 hrs.	10	1	31 mts.	Unidireccional 89^	9.705 Mhz.	10-11
21:00 a 23:00 hrs.	10	4	16 mts.	Unidireccional 318^	17.765 Mhz.	6-10-11 13
14:00 a 23:00 hrs.	50	5	19 mts.	Unidireccional 142^	15.430 Mhz.	10-11-12 13-14-15 16

Mencionabamos que, en teoría, la totalidad del continente Americano estaba cubierto por la señal de Radio México Internacional, efectivamente, pero debido a problemas técnicos mayores y por la falta de presupuesto que se traduce en carencia de refacciones, ha ocasionado que tres de los transmisores estén fuera de servicio.

Estos son:

-El número 3, Omni-direccional con una potencia de 10 000 watts y que transmitía en la banda de los 50 metros y la frecuencia de 5.985 Mhz.

-El número 4, Unidireccional (14 y 318 grados), con una potencia de 10 000 watts y que transmitía en la banda de los 16 metros y la frecuencia de 17.765 Mhz.

-El número 5, también Unidireccional (142 grados), con una potencia de 50 000 watts y que transmitía en la banda de los 19 metros y la frecuencia de los 15.430 Mhz.

Lo anterior deja descubiertas amplias zonas, ya que los dos transmisores que funcionan actualmente, solo alcanzan a cubrir las partes Sureste y Suroeste de los Estados Unidos (solo durante el horario matutino), así como el Territorio Nacional, Centroamérica y el Caribe (en los horarios: matutino y vespertino de 14:00 hasta 22:45 hrs.).

Ello provoca, por una parte, el que la señal no se difunda, tanto a la parte Sur-Central de los Estados Unidos, como en ningún país de América del Sur, y que por la otra, se pierdan quince minutos diarios de transmisión.

En otras palabras, esto quiere decir que Radio México Internacional está trabajando a menos de la mitad de su capacidad. Lo que inclusive ha impedido que se efectúen nuevas producciones programáticas, ya que es una "pérdida de tiempo y esfuerzo" como afirma su mismo personal.

Se espera que en los próximos meses se instale un nuevo transmisor de 100 000 watts de potencia, al cual se le dotará con una antena logarítmica.

Mientras tanto se trabaja gracias a la re-transmisión de programas ya producidos y se espera que "algo" revitalice a la radiodifusora.



## 2.2.4 PERFIL PROGRAMATICO

Radio México Internacional, como la Voz de México en el mundo y como organismo radiofónico integrado al gobierno federal, basa su programación de acuerdo a objetivos definidos por las prioridades comunicacionales vigentes, determinadas por el Estado.

Ya hemos visto como cada administración ha traído consigo sus propios enfoques de lo que es importante difundir hacia el mundo sobre aspectos nacionales, así como la creación de organismos que se ocuparan de estas actividades.

Así fueron: primero la Comisión y luego la Subsecretaría de Radiodifusión; La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, y actualmente son los Institutos Mexicano de la Radio, de Televisión y de Cine, antes bajo la tutela de la subsecretaría de Gobernación y ahora coordinados por el Consejo Nacional para las Artes y la Cultura, dependiente de Educación Pública.

Radio México Internacional ha entrado y salido de planes sexenales, algunas veces fortalecida, otras no tanto, pero siempre bajo una constante re-orientación de su transmisiones en sus aspectos tanto técnicos como de contenido.

Pero, \*Quién decide que se debe transmitir y cuáles son las prioridades de difusión?

Ya que estamos hablando de la radiodifusión Estatal en general, nos referimos al gobierno de éste, como el ente que toma las decisiones en la materia, algunas veces unilateralmente: a través de Comisiones encargadas de investigar al respecto, otras gracias a imposiciones arrojadas por sentimientos puramente paternalistas de lo que es bueno y lo que es malo. Actitud, la cual la mayor parte del tiempo, tiene una visión muy parcializada de las necesidades reales de una sociedad evolutiva.

Contrariamente a lo anterior, últimamente se han tomado decisiones resultado de una preocupación más profunda que involucra a los dos elementos fundamentales de un ciclo comunicativo: Emisor y Receptor.

Algo más cercano a lo bilateral, como fueron los foros de consulta popular que durante la administración de De la Madrid, arrojaron resultados mas apegados a la realidad que vive nuestro país y que abarcaron a más y mayores sectores poblacionales.

No queremos decir que fue lo mas idóneo, pero se acercó más a un modelo horizontal de comunicación.

Como antes se comentó, un perfil programático debe responder en primera instancia, a las necesidades de su auditorio -más no a sus caprichos-. Ahora que, en el caso de la onda corta, se debe considerar un perfil programático más rígido y específico, determinado, por un lado, por los intereses inherentes que impulsan a este tipo de actividad, y por el otro, por las demandas del público al que se dirige.

Dicho en otras palabras, la importancia que reviste la radiodifusión en onda corta se basa en que puede influir y crear cierta imagen de la nación, comprendida ésta -la nación- como un ente homogéneo, en el que todos sus habitantes son iguales, es decir, lo que se difunda será el reflejo sintetizado y completo de la totalidad de las actividades que se desarrollan en el país.

Por ello, si una programación no es actualizada, en la comunidad internacional se nos verá como un país anticuado, si es superflua nos verán como vacíos.

Es importante, por tanto que para los intereses nacionales, todos los sectores que conforman al país, sean los que determinen como debe manejarse nuestra imagen en el exterior.

\*Qué faceta de la realidad social es la que se va a impulsar de acuerdo a las políticas prioritarias?: Si hablamos de comercio, buscar que se difunda los múltiples recursos con que contamos; Si se habla de atraer turismo, se debe describir la amplia variedad de zonas de recreo, así como la infraestructura para la recreación y el esparcimiento con la que contamos, etc..

En este caso se debe llegar a un consenso en la parte emisora, un común acuerdo entre los diversos estratos sociales, económicos y políticos del país, con la finalidad de buscar la mejor forma de hablarle al mundo acerca de nosotros mismos. Tema que más adelante tocaremos profundamente.

Actualmente la programación de Radio México Internacional esta conformada por varios rubros temáticos: Esparcimiento, Cultura, Información y Orientación. Esta se puede observar detenidamente en el anexo número 4.

#### 2.2.4.1 FUNDAMENTO

La barra programática con que cuenta Radio México Internacional responde objetivamente a la política de comunicación social establecida por el gobierno federal.

Por una parte, en la Ley Federal de Radio y Televisión se especifica que las estaciones radiodifusoras susceptibles a ser captadas más allá de nuestras fronteras, deben difundir:

- Los valores artísticos y culturales mexicanos.
- Información sobre los acontecimientos nacionales más importantes.
- Aspectos que coadyuven al fomento de las exportaciones.
- Factores que promuevan a nuestro país como polo turístico de múltiples alternativas.

Por otra parte, al concebirse al Instituto Mexicano de la Radio, como el organismo responsable de la coordinación de los aspectos operativos del quehacer radiofónico estatal, se pensó en objetivos muy específicos, los cuales se plasmaron en las barras programáticas de las radiodifusoras pertenecientes al mismo Instituto.

Radio México Internacional, como parte integral de este organismo, vió re-definido su perfil programático hacia seis temáticas:

Cultura  
Información  
Educación  
Orientación  
Entretenimiento  
Deportes

Ambos aspectos determinan y fundamentan su perfil programático.

## 2.2.4.2 CARACTERISTICAS (6)

La barra programática de Radio Mexico Internacional proviene de 3 fuentes principales:

- A) Producción Propia.
- B) de la Dirección de Producción del IMER.
- C) de la Dirección de Noticias.

A) En cuanto a la PRODUCCION DE SUS PROPIOS PROGRAMAS, este rubro constituye la mayor parte de la programación de la estación con: 3795 minutos, es decir 63 horas con 15 minutos a la semana, el 68.62% del tiempo semanal de transmisión, además se debe sumar otros 280 minutos semanales correspondientes a presentaciones y despedidas de la estación, lo que equivale a 4 horas con 40 minutos, el 5.08 % de la programación semanal.

Actualmente se difunden las siguientes series:

### -De contenido CULTURAL:

### MINUTOS A LA SEMANA

1.-Artesanía Mexicana	15
2.-El Arte de los Jovenes	90
3.-La Entrevista de Hoy	360
4.-México y su Cultura	210
5.-Leyendas de México	90
6.-El Poeta y su Palabra	30
7.-Hombres y Mujeres de México	30
8.-Latinoamérica y sus Culturas	30
9.-Lo que se Ve y se Oye en la Ciudad de México	120

-----  
(6) Se monitoreó la programación emitida por la radiodifusora en la semana del Lunes 27 de Marzo al domingo 2 de Abril de 1989, no se excluye que algunos pequeños cambios puedan ocurrir con respecto a la programación y por lo tanto a las cifras, las cuales pueden variar con un margen poco significativo. En sí, el perfil programático se ha mantenido estable en los últimos años, y posiblemente con el cambio de la administración pública, se implementen algunos ajustes, pero conforme a los actuales responsables de la emisora no serán muy significativos, como mencionabamos.

-De ENTRETENIMIENTO, rubro en el que se incluyen aquellos de contenido musical:

	MINUTOS A LA SEMANA
10.-Música Nuestra	105
11.-Aquí México	105
12.-Voces de México	225
13.-Inspiración y Sentimiento	210
14.-La Música Romántica de México	45
15.-Más de una Voz	90
16.-Cantos para Contar	30
17.-Música Latina	30
18.-Cantos para Niños	60
19.-Concierto de Música Mexicana	90
20.-El Mariachi Suena	45
21.-Música Popular e Indígena de México	30
22.-El Mundo Canta con México	90
23.-Nuestra Música	60

-ORIENTACION y temas de interés general, ya sea para difundir aspectos cotidianos o para promover el turismo y el comercio:

	MINUTOS A LA SEMANA
24.-Ecología Hoy	90
25.-México Deportivo	120
26.-El Mundo de los Jóvenes	150
27.-Vida al Aire Libre	30
28.-México Taurino	45
29.-La Charrería	30
30.-Riqueza Arquitectónica de México	30
31.-Flora y Fauna de México	90
32.-Cuevas de México	90
33.-México Turístico	300

Debido a que la retroalimentación de una estación de onda corta depende de la CORRESPONDENCIA que recibe, en las transmisiones de Radio México Internacional se difunde el programa:

	MINUTOS A LA SEMANA
34.-Radio Correo del Aire	450

A través de este programa se establece contacto directo con los radioescuchas de todo el mundo, este además, cuenta con una versión más especializada:

	MINUTOS A LA SEMANA
35.-Radio Correo del Aire Sección Dixista	180

En el que se tiene contacto con los especialistas en captar frecuencias en onda corta.

B) Los programas provenientes de la DIRECCION DE PRODUCCION son aquellos programas destinados a las medias horas que por ley corresponden al Estado.

En total aporta 690 minutos a la semana, es decir 11 horas y 30 minutos, el 12.47% del total semanal de las transmisiones:

**-CULTURALES:**

	MINUTOS A LA SEMANA
36.-Los Libros Tienen la Palabra	90
37.-Un Viaje, una Historia	90
38.-Cita con el Pensamiento	30
39.-Reencuentros con la Historia	30
40.-La Semana de Bellas Artes	30
41.-La Hora Nacional	60

**-De ORIENTACION:**

	MINUTOS A LA SEMANA
42.-El Deporte	30

**-De ENTRETENIMIENTO (musicales):**

	MINUTOS A LA SEMANA
43.-Historia Musical de México	300
44.-Sones y Canciones	30

C) Los de la DIRECCION DE NOTICIAS son por lo regular aquellos programas informativos y periodísticos en general.

Su contribución asciende a 765 minutos, 12 horas y 45 minutos a la semana, el 13.83%.

**-INFORMATIVOS:**

	MINUTOS A LA SEMANA
45.-El Noticiero	630
46.-Comentando la Noticia	105
47.-Revista Semanal	30

Haciendo un desglose general, Radio México Internacional difunde 5530 minutos, es decir, 92 horas con 10 minutos a la semana de programación, 28 horas con 35 minutos en su horario matutino y 63 horas con 35 minutos en el vespertino.

De ese tiempo de transmisión, 1545 minutos, es decir 25 horas con 45 minutos semanalmente, corresponden a programación de ESPERCIMIENTO en el que se incluye a la música, es decir, abarca el 27.93 % del total semanal.

En cuanto a la difusión de la CULTURA, ésta ocupa un segundo lugar con 1305 minutos a la semana, o sea 21 horas con 45 minutos, que corresponde al 23.59 % del tiempo de transmisión.

El tercer lugar lo ocupan los programas de ORIENTACION, en los que se integran a los de interés general, con 1005 minutos semanalmente, es decir 16 horas con 45 minutos, lo que equivale al 18.17% del total de las transmisiones semanales.

En seguida vienen:

-La INFORMACION, con 765 minutos semanales, 12 horas con 45 minutos, y el 13.83 % de la programación total;

-Los programas de respuesta a la CORRESPONDENCIA del auditorio con 630 minutos, 10 horas con 30 minutos y un porcentaje del 11.39%

-Los espacios de CONTINUIDAD en los que se ha incluido a los saludos, y el Himno Nacional con 280 minutos, es decir 4 horas con 40 minutos y un porcentaje de 5.05% del tiempo total de transmisión.

De esta manera los porcentajes cerrados quedarían de la siguiente manera:

1-ENTRETENIMIENTO:	28%	(1545 minutos: 25 horas con 45 min.
2-CULTURA:	24%	(1305 minutos: 21 horas con 45 min.
3-ORIENTACION:	18%	(1005 minutos: 16 horas con 45 min.
4-INFORMACION:	14%	( 765 minutos: 12 horas con 45 min.
5-CORRESPONDENCIA:	11%	( 630 minutos: 10 horas con 30 min.
6-CONTINUIDAD:	5%	( 280 minutos: 4 horas con 40 min.

---

TOTAL:	100%	(5530 minutos: 92 horas con 10 min.
--------	------	-------------------------------------

---

Existen algunos programas que podrían incluirse en uno o varios géneros, pero, a grandes rasgos, esas son las principales divisiones en la programación ofrecida por Radio Mexico Internacional.

Para darnos una mejor idea de cuáles son las producciones que integran su barra programática, a continuación veremos las realizaciones más representativas de cada género y sus principales objetivos.

(Para un panorama mas completo de cada uno de los programas se recomienda la consulta del anexo número 5).

#### RUBRO INFORMATIVO:

1.- "EL NOTICIARIO"

2.-Objetivo: Difundir un panorama completo del diario acontecer en nuestro país y el mundo.

1.- "REVISTA SEMANAL"

2.-Objetivo: Difundir un resumen semanal del panorama informativo tanto de nuestro país como del mundo.

1.- "COMENTANDO LA NOTICIA".

2.-Objetivo: Dar un punto de vista sobre las noticias más importantes del día, tanto de México como del Mundo.

#### RUBRO ESPARCIMIENTO:

1.- "CANTOS PARA CONTAR"

2.-Objetivo: Difundir la música mexicana dedicada a los niños y dar a conocer la obra de mexicanos que se dedican a la recreación infantil.

1.- "MUSICA NUESTRA".

2.-Objetivo: Dar a conocer los valores musicales mexicanos y difundir la música mexicana en general.

1.- "AQUI MEXICO".

2.-Objetivo: Dar a conocer los valores musicales mexicanos y difundir nuestro folklore musical por estados o regiones.

1.- "MAS DE UNA VOZ".

2.-Objetivo: Dar a conocer los valores musicales Mexicanos, especialmente las interpretaciones de los Duetos, Trios, Cuartetos, y otros grupos nacionales que han hecho época.

1.- "LA MUSICA ROMANTICA DE MEXICO".

2.-Objetivo: Dar a conocer los valores musicales mexicanos y difundir la música romantica que durante varias generacione se ha producido en nuestro país.

1.- "INSPIRACION Y SENTIMIENTO".

2.-Objetivo: Dar a conocer los valores musicales mexicanos, y difundir la obra de nuestros compositores y la interpretación que ellos mismos hacen a sus creaciones.

1.- "MUSICA POPULAR E INDIGENA DE MEXICO".

2.-Objetivo: Dar a conocer las manifestaciones musicales indígenas y populares de nuestro país, en sus distintas épocas.



1.- "HISTORIA MUSICAL DE MEXICO".

2.-Objetivo: Difundir el quehacer musical de nuestro país. Llevar a cabo un análisis profundo de los géneros, los autores y los intérpretes de la música popular de México.

1.- "SONES Y CANCIONES".

2.-Objetivo: Difundir la música popular mexicana de todas las épocas, con el fin de promover e impulsar nuestros valores musicales.

#### RUBRO CULTURAL:

1.- "EL POETA Y SU PALABRA".

2.-Objetivo: Dar a conocer a los poetas más representativos de nuestro país y difundir sus obras así como sus trayectorias.

1.- "LATINOAMERICA Y SUS CULTURAS".

2.-Objetivo: Difundir información referente a los rasgos culturales de los grupos autóctonos del subcontinente latinoamericano, así como la cultura de los grupos indígenas del país sus cuentos y leyendas. Con el fin de sensibilizar al público en general, para que revalorice la cultura de los grupos indígenas del país, hablando de las características culturales sobresalientes de cada comunidad, como son sus cuentos y leyendas etc.

1.- "HOMBRES Y MUJERES DE MEXICO".

2.-Objetivo: Dar a conocer la vida de personajes relevantes de nuestro país y que han forjado la historia de México.

1.- "EL ARTE DE LOS JOVENES".

2.-Objetivo: Difundir al exterior las actividades artísticas en las que jóvenes mexicanos destacan o intervienen, con el fin de apoyar, estimular y difundir su trabajo.

1.- "ARTESANIA MEXICANA".

2.-Objetivo: Dar a conocer y difundir, por estados, la riqueza de la producción artesanal del país.

1.-Nombre: "LO QUE SE VE Y SE OYE EN LA CIUDAD DE MEXICO".

2.-Objetivo: Dar a conocer a la Ciudad de México como ciudad de gran desarrollo cultural, difundir la mayor cantidad de eventos culturales que están en cartelera como: Teatro, Danza, Exposiciones, etc.

1.- "LA ENTREVISTA DE HOY".

2.-Objetivo: Difundir al exterior el desarrollo, las actividades, los intereses y las inquietudes de mexicanos destacados en cualquier campo del quehacer humano.

1.- "LEYENDAS DE MEXICO".

2.-Objetivo: Dar a conocer las leyendas y tradiciones orales populares, por estados, que han surgido a través del tiempo y que forman parte del acervo cultural del país.

1.- "UN VIAJE, UNA HISTORIA".

2.-Objetivo: Preservar los valores en que se funda la identidad nacional, ser instrumento de la educación y la cultura populares y brindar los elementos necesarios para una justa apreciación del papel de los grupos étnicos en la historia de México.

1.- "LOS LIBROS TIENEN LA PALABRA"

2.-Objetivo: Ser un instrumento de la educación y cultura populares y difundir las obras más destacadas de los principales autores mexicanos.

1.- "CITA CON EL PENSAMIENTO".

2.-Objetivo: Serie informativa que busca divulgar el conocimiento técnico, científico y humanístico, basada en investigaciones acreditadas y en opiniones de especialistas en el tema.

1.- "REENCUENTROS CON LA HISTORIA".

2.-Objetivo: Difundir y dar conocer los hechos históricos poco conocidos de nuestro país, en una forma anecdótica.

#### RUBRO ORIENTACION:

1.- "RIQUEZA ARQUITECTONICA DE MEXICO".

2.-Objetivo: Dar a conocer las diversas construcciones más importantes o representativas de cada estado de la República, resaltando sus características arquitectónicas, históricas y étnicas más importantes o representativas de cada Estado de la República.

1.- "CUEVAS DE MEXICO".

2.-Objetivo: Dar a conocer las cavidades más importantes que existen en México, con el fin de promover el turismo hacia nuestro país, mediante la difusión de los aspectos más interesantes desde el punto de vista científico y turístico, además se dan la recomendaciones pertinentes para su visita.

1.- "MEXICO TAURINO".

2.-Objetivo: Difundir la fiesta brava, mediante el conocimiento de los aspectos históricos, anecdóticos y biográficos que la conforman.

1.- "ECOLOGIA HOY".

2.-Objetivo: Difundir la protección ecológica y dar a conocer los esfuerzos y actividades que los mexicanos están haciendo para la conservación del ambiente en beneficio del ser humano y la preservación de su calidad de vida.

1.- "VIDA AL AIRE LIBRE".

2.-Objetivo: Fomentar el turismo a los puntos de mayor interés, en nuestro país.

1.- "FLORA Y FAUNA DE MEXICO".

2.-Objetivo: Dar a conocer las especies vegetales y animales de nuestro país.

1.- "MEXICO TURISTICO".

2.-Objetivo: Promover el turismo a través de la difusión de las bellezas naturales y los principales puntos de interés turístico de cada estado de la República.

1.- "EL MUNDO DE LOS JOVENES".

2.-Objetivo: Establecer intercambio de cualquier tipo entre los jóvenes mexicanos y los jóvenes del mundo.

1.- "EL DEPORTE".

2.-Objetivo: Brindar al auditorio un panorama sobre la práctica del deporte amateur en nuestro país.

#### **RUBRO CORRESPONDENCIA:**

1.- "RADIO CORREO DEL AIRE".

2.-Objetivo: Estimular al radioescucha a que establezca comunicación con la radiodifusora para poder determinar sus inquietudes y gustos.

1.- "RADIO CORREO DEL AIRE SECCION DIEXISTA".

2.-Objetivo: Estimular al público diexista a que establezca comunicación con la radiodifusora, con el fin de recabar sus informes de recepción, los cuales auxilian tanto a la Gerencia como al Departamento de Transmisiones del IMER para evaluar la calidad de la señal, de acuerdo a distintas características, así como la cobertura de la misma durante las diferentes épocas del año.

En sí, éstas son las principales características de la programación emitida por Radio México Internacional. Una barra programática en la que predomina el género musical, así como los aspectos tradicionales y folklóricos de nuestro país.

## 2.2.5 INTERRELACION AUDITORIO-PROGRAMACION

Al hablar de la audiencia de la radiodifusión por onda corta es necesario hacerse 2 preguntas distintas: \*¿Dónde la escuchan? y \*¿Quiénes la escuchan?.

\*¿Dónde la Escuchan?

Como sabemos, la señal de Radio México Internacional se dirige hacia territorio de los países Latinoamericanos, \*¿Cuáles de ellos tienen mayor número de receptores con los que son capaces de captar la señal mexicana?.

Según estadísticas realizadas por la International Broadcasting & Audience Research de la BBC de Londres, sobre los receptores de radio y televisión en el mundo, los países de América Latina con acceso a la onda corta, son los siguientes: (7)

PAIS	ZONA	% de radio Receptores	% de radio onda corta
GUATEMALA	Nacional	97%	50%
PERU	Urbana	97%	73%
CHILE	Urbana	96%	71%
BRASIL	Urbana	91%	64%
URUGUAY	Montevideo	99%	58%
EL SALVADOR	Urbana	97%	49%
ARGENTINA	Urbana	92%	36%
VENEZUELA	Urbana	94%	31%
MEXICO	Urbana	96%	16%

En esta tabla se muestran las naciones que escuchan, el país que dispone de un mayor número de radioreceptores de onda corta es Guatemala, del cual, el 50% de su población, que cuenta con un radio, tiene acceso a estas frecuencias, en cambio el país con un menor número es México con un 16%. Ello mismo nos indica que la mayoría de los países Latinoamericanos tienen la infraestructura suficiente para escuchar la señal mexicana dirigida al exterior, aunque en México no se tenga el mismo acceso a ella.

Sin embargo, la señal de Radio México Internacional se capta en otros lugares del planeta y ello lo demuestra la correspondencia que llega a la estación constantemente.

(7) World Radio and Television Receivers, International Broadcasting & Audience Research, BBC, Londres, Junio de 1988. Es importante mencionar que no existen mayores datos al respecto.

Durante 1988 (8) se recibieron 377 cartas provenientes de:

- a) América del Norte con 123 misivas:  
5 de Canadá, 32 de Estados Unidos y 86 de México.
- b) Centroamérica con 15:  
1 de Costa Rica, 3 de El Salvador, 4 de Guatemala, 2 de Honduras,  
1 de Nicaragua y 4 de Panamá.
- c) El Caribe con 22:  
5 de Antillas Holandesas y 17 de Cuba.
- d) Sudamérica con 104:  
19 de Argentina, 1 de Bolivia, 7 de Brasil, 8 de Chile, 15 de  
Colombia, 2 de Ecuador, 1 de Paraguay, 24 de Perú, 21 de Uruguay  
y 6 de Venezuela.
- e) Europa con 57:  
12 de Alemania Federal, 2 de Austria, 2 de Bélgica, 16 de España,  
2 de Finlandia, 5 de Francia, 6 de Holanda, 4 de Hungría y 8 de  
Italia.
- f) Africa con 44:  
31 de Angola, 1 de Marruecos y 12 de Mozambique.
- g) Asia con 12:  
2 de India, 1 de Indonesia, 1 de Irán, 1 de Israel, 5 de Japón y  
2 de Jordán.

Esa correspondencia es la única fuente con que se cuenta para llevar un control de las personas que tienen acceso a su señal, ya que al respecto no existen estadísticas.

Por ello se le ha clasificado de varias maneras, una de ellas es de acuerdo a su Origen, lo que ayuda a determinar en que lugares se capta la señal. Inclusive se han realizado otras subclasificaciones con el fin de hacerla más precisa:

- Zona geográfica de radiodifusión;
- Continente;
- País;
- Ciudad;
- Origen: A) Radio correo  
B) Diexismo  
C) Clubes Diexistas  
D) Estaciones Extranjeras de Onda Corta

-----  
(8) Los datos más recientes de correspondencia, abarcan de Enero a Diciembre de 1988.

La clasificación de esas 377 cartas, recibidas durante 1988, por región y origen, quedó integrada de la siguiente manera:

	RADIO CORREO	DIEXISTAS	CLUBES DIEXISTAS	RADIOS EXTRANJERAS DE ONDA CORTA
Norteamérica	84	37	2	-
Sudamérica	78	12	12	2
Europa	31	11	1	14
África	44	-	-	-
El Caribe	14	2	1	5
Centroamérica	14	1	-	-
Asia	6	-	-	6
<b>TOTALES</b>	<b>271</b>	<b>63</b>	<b>16</b>	<b>27</b>

En el anexo número 6 se encuentra la clasificación más exacta por continente, país y ciudad, así como el origen de cada misiva.

En sí, ese es el origen de la correspondencia que llega a los apartados postales de Radio México Internacional.

Con ello podemos determinar que las principales áreas geográficas donde se escucha la estación son (9):

Norteamérica	32.62%
Sudamérica	27.58%
Europa	15.12%
África	11.67%
El Caribe	5.83%
Centroamérica	3.98%
Asia	3.20%

La siguiente cuestión sería: \*QUIENES son los que escuchan las ondas cortas?

(9) Porcentajes cerrado en las centésimas.

### 2.2.5.1 CATEGORIAS DE AUDITORIO

Ya habíamos mencionado que el escucha de las frecuencias de onda corta, debe en primera instancia, contar con un aparato receptor para captar las distintas emisiones, y además debe tener un conocimiento previo de las transmisiones, sus frecuencias y sus horarios.

Ello implica, por tanto, una motivación más profunda que el sólo hecho de encender la radio. Quien escucha la onda corta lo hace con una intención, es decir, algo lo impulsa a hacerlo, ya sea como un mero pasatiempo o como una obligación.

A la vez cabe aclararse dentro de esas divisiones hay quienes las escuchan regularmente y otros que lo hacen por casualidad o esporádicamente. Unos buscan los contenidos ya conocidos y gustados; otros la novedad, más de forma que de fondo.

Así tenemos dos fracciones principales de escuchas:

#### 1.- OYENTES ESPONTANEOS EN GENERAL:

Dentro de esta primera división se incluyen a aquellos oyentes que se interesan no tanto en el contenido, sino en la forma y el lugar de donde proviene la señal, son escuchas irregulares que saltan de una señal a otra:

a) Oyentes de Ondas Cortas. SWL (Short Wave Listener), que conforma una masa y dispersa en todo el mundo e imposible de determinar, y que se dedica a captar las señales de las emisoras más o menos importantes procedentes de otras latitudes.

b) Cazadores de Ondas. Dentro de los SWL, existen unos oyentes dedicados exclusivamente a captar y localizar en su receptor un número cada vez mayor de emisiones, actividad en la que radica su satisfacción. No se preocupan en escuchar o analizar los contenidos difundidos, su única necesidad es cazar señales (Wave Hunters) y agrandar cada vez más su record de estaciones cazadas.

d) El Estudiante de Idiomas. Es el oyente que escucha la onda corta para practicar la comprensión de otros idiomas. Algunas radiodifusoras incluyen en su programación algunas producciones para la enseñanza de las lenguas en las que transmiten. Este es también un escucha no regular.

## 2.- OYENTES CAUTIVOS:

Son aquellos que escuchan constantemente debido a una fuerte motivación. Su interés radica más en el contenido y son a quienes se dedican generalmente las programaciones en onda corta. Este grupo se divide en dos grandes divisiones:

A) AUDIENCIAS DE NACIONALES EN EL EXTERIOR, son aquellas que sintonizan por una fuerte motivación originada en el deseo de enterarse de lo que sucede en sus países de origen.

B) AUDIENCIAS EXTRANJERAS que se integran generalmente por aquellas personas, que al escuchar las transmisiones de otros países, cumplen con una tarea, ya sea obligatoria o voluntaria.

### 2.2.5.1.1 CO-NACIONALES

O Audiencias Nacionales en el Extranjero, que están formadas por aquellos escuchas que, como ya habíamos comentado, los impulsa un fuerte sentimiento nacionalista y se interesan en enterarse de lo que sucede en su país de origen.

Son audiencias muy fieles a las señales, se preocupan por captar perfectamente el mensaje preparado para ellos y que procuran no perderse ninguna de las emisiones.

Este grupo está dividido en varias fracciones de compatriotas que se encuentran o habitan temporal o definitivamente fuera de nuestro territorio nacional.

Son entre otros:

- a) Co-Nacionales residentes en el extranjero.
- b) Co-Nacionales Emigrantes.
- c) Marineros y Pescadores.
- d) Fuerzas militares nacionales en bases extranjeras.
- e) Científicos Nacionales en bases de investigación.



a) Co-Nacionales residentes en el extranjero: Son ciudadanos del país emisor que tienen su residencia en otras naciones. Por lo general son profesionistas o estudiantes. Este es un grupo muy fiel y permanente de las emisiones que, desde sus países se dirigen a ellos, destinadas principalmente para tenerles informados de la "actualidad" que vive su nación (política, economía, cultura, etc.), así como programas de entretenimiento (música y recuerdos tradicionales de su país).

b) Co-Nacionales Emigrantes: Son aquellos nacionales radicados definitivamente en otros países. Es una fracción segura de audiencia para las emisiones procedentes de su nación, más aún si la programación ha sido realizada pensando en ella.

c) Marineros y Pescadores: Fracción cautiva que frecuentemente usa su receptor de onda corta como un canal de comunicación que les proporcione noticias, música de su país y para que les proporcione un panorama de las condiciones climatológicas imperantes en determinadas zonas marítimas del mundo.

d) Fuerzas Militares destacadas en bases extranjeras: Esta audiencia esta constituida por las fuerzas militares, temporalmente alejadas de su patria y de su familia. La finalidad de estas emisiones es la de mantener unido psicológicamente al militar con su país y hacerle mas llevadero su alejamiento forzoso de la familia, los amigos, etc.

e) Científicos en bases de investigación: Esta fracción de audiencia se encuentra en un caso similar al de las fuerzas militares.

En los 2 últimos casos, nuestro país no cuenta con bases militares en el exterior, y en cuanto a la investigación científica, como sabemos, por falta de recursos económicos, no se dedica a la investigación en lugares remotos de nuestro planeta, ni mantiene grandes destacamentos científicos por periodos prolongados fuera del país.

#### 2.2.5.1.2 EXTRANJEROS

El segundo grupo al que hacíamos referencia es el que esta conformado por las Audiencias Extranjeras, las cuales generalmente se integran por aquellas personas que cumplen con una tarea, al escuchar las transmisiones de otros países. Son audiencias obligadamente o semi-obligadamente fieles a las señales, y que llevan un registro exacto de las emisiones de las cuales se preocupan por captar perfectamente los mensajes y emitir reportes detallados de ellos.

Este grupo esta dividido en varias fracciones de oyentes extranjeros que cumplen con una tarea, ya fuera obligatoria debido a compromisos laborales, o voluntaria apegada a un compromiso moral casi-obligatorio, debido generalmente a una profunda afición a esta actividad.

Sus fracciones de auditorio son entre otras:

- a) Servicios de Monitoreo para Gobiernos y Líderes de Opinión.
- b) Servicios Informativos de los Medios.
- c) Oyentes de noticias locales.
- d) Misioneros y Comunidades Religiosas.
- e) El Diexista.

a) Servicios de Monitoreo al servicio de Gobiernos y Líderes de Opinión: Se puede afirmar que todos los países del mundo, cuentan con estos servicios para llevar un control de las informaciones y noticias que corren en el mundo y que puedan concernirles o interesarles. De estas monitoreos se realizan resúmenes que son distribuidos a las personas o líderes de opinión que deben tener estar al tanto de los sucesos que ocurren en el mundo.

b) Servicios Informativos de Medios: Existen algunos medios masivos de comunicación que cuentan, en sus departamentos de información y noticias, con estos servicios, destinados principalmente para tener un conocimiento instantáneo y, a la vez, que les permita ganar a su competencia la difusión de ciertas informaciones y comentarios que corren en el mundo.

c) Oyentes de noticias locales: En épocas de emergencias suelen producirse audiencias de emisiones extranjeras para enterarse de lo que ocurre en el mismo país. Aunque suene extraño, ejemplos de eso se dan en situaciones de inestabilidad política, de tragedias o desastres nacionales, en las que un país pueda quedar incomunicado internamente y en el exterior haya un mejor flujo de información al respecto.

d) La audiencia de carácter religioso tiene una gran importancia en el mundo de la radiodifusión en onda corta. Esta cuenta con un gran número de emisoras e incluso algunas estaciones estatales abren espacios para dedicarlos a esta actividad. Sus seguidores son muy numerosos. En el caso de México, como sabemos, la difusión del credo religioso esta prohibido por la ley.

e) El Diexista: De las siglas DX, que significa larga distancia o distantica desconocida D= distancia X= desconocia. Es la division "conocida" del auditorio de las ondas cortas. Es el escucha que activa la retroalimentación (feed back), ya que se pone en contacto con la radiodifusora.

Los diexistas son quienes además de escuchar los contenidos de los programas, se preocupan por llevar un record detallado de cada emisión, en el que incluyen observaciones, que hacen llegar a la emisoras sin ningún compromiso para ella, y que le informan sobre las características de como se propaga su señal: si fué clara, con o sin interferencias, desvanecimientos, cambios de intensidad, etc.

### 2.2.5.2 RETROALIMENTACION

La retroalimentación por medio de correspondencia es el único indicador de las inquietudes del auditorio de onda corta.

Desafortunadamente el contenido de ésta, en la mayoría de los casos, no provee todos los factores requeridos para llevar a cabo un control estricto del proceso comunicativo, pero a pesar de ello, se ha podido realizar una clasificación que, en general, aporta conceptos valiosos para determinar como se conforma su auditorio así como sus principales demandas.

Decíamos que la correspondencia es un indicativo de las inquietudes del auditorio, así como de los errores o aciertos de la emisora. La verdad es que siempre existe algo que motiva al escucha para tomarse la molestia de escribir y dar, tanto sus puntos de vista, como sus peticiones.

Hablar de quien escucha y cuantos escuchan es una tarea muy difícil, si se basara puramente en la correspondencia, \*Tendría caso trabajar y gastar grandes cantidades para un puñado de cartas al mes o al año?,

Claro que no, ya que por un lado es irreal, porque el esfuerzo para escribir, comprar estampillas, ir al correo mas cercano, no cualquiera lo hace, ya sea por falta de tiempo o de atención. Ello significa que de entre cientos o miles de personas sólo unas pocas se toman la molestia de escribir a las radiodifusoras.

En fin, para hablar acerca de auditorios necesariamente se tiene que especular. Según encuestadores, una carta representa a cierta cantidad de escuchas, cantidad que no nos interesa analizar, ya que no nos cuestionaremos cuantos escuchan, sin que nos iremos mas hacia quienes y por que escuchan.

Se ha hecho una clasificación del auditorio de la siguiente manera:

Por EDAD: A) 0 a 12 años; B) 13 a 20 años; C) 21 a 35 años y D) más de 36 años.

Por SEXO: A) Masculino y B) Femenino.

Por OCUPACION: A) Estudiante; B) Técnico; C) Profesionista; D) Empleado.

El reporte mas actualizado de correspondencia a la radiodifusora abarca desde Enero a Diciembre de 1988, por lo que todos los datos son de 1988.

El total de la correspondencia en 1988 fue de 377 cartas, de ellas, sólo algunas mencionaban la edad:

	NUMERO	PORCENTAJE
-----		
EDAD:		
Aportan datos suficientes:	143	37.93%
No dan ese tipo de información:	234	62.07%
-----		
TOTAL	377	100.00%

Es decir de 377 cartas sólo el 37.93% (143 misivas) contaba con información sobre la edad de quien la expidió, por lo tanto veamos la clasificación efectuada al respecto:

	NUMERO	ABSOLUTO de 377	RELATIVO de 143
A) Entre los 13 y los 20 años	72	19.09%	50.35%
B) Entre los 21 y los 35 años	54	14.33%	37.77%
C) Mayores de 35 años	16	4.25%	11.19%
D) Entre los 0 y los 12 años	1	0.26%	0.69%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>37.93%</b>	<b>100.00%</b>

Como se puede observar, la edad de las personas que escuchan las emisiones de Radio México Internacional, se ubica entre los 13 y 20 años de edad con un 50.35% relativo y el 19.09% del total de las cartas.

En cuanto al SEXO, ¿Quiénes son mayoría al escuchar la programación de Radio México Internacional, los hombres o las mujeres?.

De las 377 cartas recibidas durante 1988, las cifras entre hombres y mujeres quedaron de la siguiente manera:

	NUMERO	PORCENTAJE
<b>SEXO:</b>		
Aportan datos suficientes:	327	86.73%
No dan ese tipo de información:	50	13.27%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100.00%</b>

El 86.73% de la correspondencia daba datos para determinar si era un hombre o una mujer quien escribía, el resto 13.27% eran impersonales y no se podía hacer una clasificación al respecto.

	NUMERO	ABSOLUTO de 377	RELATIVO de 327
A) HOMBRES	36	9.55%	11%
B) MUJERES	291	77.18%	89%
<b>TOTAL</b>	<b>327</b>	<b>86.73%</b>	<b>100%</b>

De ese 86.73% de la correspondencia, equivalente a 327 cartas, el 89% correspondía a mujeres, es decir 291 misivas fueron escritas por personas del sexo femenino y el 11% restante por hombres es decir 36 cartas.

Con ello se puede apreciar que la mayoría de las personas que escriben a Radio México Internacional son Mujeres que representan el 77.18% con 291 cartas del total global.

Pasando la siguiente sub-clasificación, es con respecto a la OCUPACION de las personas interesadas en onda corta, las cifras quedaron de la siguiente manera:

	NUMERO	PORCENTAJE
<b>OCUPACION:</b>		
Aportan datos suficientes:	107	28.38%
No dan ese tipo de información:	270	71.62%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100.00%</b>

El 71.62% es decir, 270 misivas no aportan datos con respecto a la actividad que realizan los emisores.

El resto 28.38% (107 cartas) será el margen que nos permita determinar a que se ocupan las personas que escuchan y escriben a Radio México Internacional.

	NUMERO	ABSOLUTO de 377	RELATIVO de 107
A) ESTUDIANTES	66	17.51%	61.68%
B) PROFESIONISTAS	18	4.77%	16.82%
C) EMPLEADOS	17	4.51%	15.90%
D) TECNICOS	6	1.59%	5.60%
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>28.38%</b>	<b>100.00%</b>

Se deduce obviamente que la gran mayoría de los que escuchan las emisiones de Radio México Internacional son Estudiantes en una relación aproximada de 2 a 1 -por cada dos estudiantes hay uno de otra ocupación-.

Resumiendo todas estas estadísticas, se llega a la conclusión de que del 100% de la correspondencia, es decir de 377 cartas, las personas entre los 13 y los 20 años son las que más escriben, representan el 19.09% es decir 72 cartas.

Las mujeres representan el 77.18% del total global con 271 misivas, lo que las coloca adelante por un amplio margen con respecto a los hombres.

Finalmente los estudiantes representan el 17.51% del total de la correspondencia aventajando a los profesionales, los técnicos y los empleados.

La imprecisión de los datos puede ser engañosa, ya que podría mostrarnos un panorama completamente distinto al real, pero en fin, esto es mejor que nada y nos da una mas adecuada orientación hacia donde fijar el rumbo en la mar de las ondas electromagnéticas. Ahora, la siguiente cuestión es. \*Cuales son las principales demandas de quienes escriben?

### 2.2.5.2.1 DEMANDA

Se ha realizado dos clasificaciones de acuerdo al contenido de la correspondencia:

La que incluye algún objetivo central definido como son:

- a) Felicitaciones por Programación  
por Aniversario  
por Año Nuevo
- b) Reportes de Recepción
- c) Concursos promovidos por la estación.

Del contenido de la correspondencia recibida durante 1988, 196, es decir, el 51.98% del total de las cartas, contenían una motivación central, 98 con una felicitación, ya fuera por programación, por aniversario o por año nuevo, 71 con reportes de recepción y 27 destinadas a participar en un concurso promovido por la radiodifusora.

	NUMERO	PORCENTAJE
-----		
CONTENIDO:		
Aportan datos suficientes:	196	51.98%
No dan ese tipo de información:	181	48.02%
-----		
TOTAL	377	100.00%

Las cifras quedaron de la siguiente manera:

	NUMERO	ABSOLUTO de 377	RELATIVO de 196
-----			
FELICITACIONES: PROGRAMACION	40	10.61%	20.40%
ANIVERSARIO	48	12.73%	24.49%
AÑO NUEVO	10	2.65%	5.10%
REPORTE DE RECEPCION	71	18.83%	36.23%
CONCURSO	27	7.16%	13.78%
-----			
TOTAL:	196	51.98%	100.00%



Muchas veces esta motivación central se acompaña de solicitudes y demandas sobre distintos aspectos de la estación como son:

Información sobre Radiodifusora  
 Información sobre Programación  
 Información Turística y/o Cultural  
 Información Política, Económica y Educativa  
 Información sobre Música, Autores y Compositores  
 Información Deportiva  
 Información sobre Jóvenes  
 Lista de Amigos  
 Recuerdo de Estación  
 Tarjetas de Verificación  
 Información Dixerista

En sí esta es la sección donde se ventilan las demandas y peticiones del auditorio que, por lo general, se ubican dentro de estas categorías.

Regularmente cada carta contiene una o más peticiones, por lo que las demandas rebasan el número de las misivas.

De 377 cartas recibidas en 1988, se registraron 564 solicitudes en ellas, el 149.60%, lo que equivale a 3 solicitudes por cada 2 cartas aproximadamente. En orden de mayor a menor las cifras se situaron de la siguiente manera en cada una de las categorías arriba mencionadas:

	NUMERO	ABSOLUTO de 377	RELATIVO de 564
1.- RECUERDO DE ESTACION	128	33.95%	22.70%
2.- LISTA DE AMIGOS	116	30.77%	20.57%
3.- INF. PROGRAMACION	110	29.18%	19.50%
4.- TARJETA DE VERIFICACION	73	19.36%	12.94%
5.- INF. TURISTICA Y CULTURAL	50	13.26%	8.87%
6.- INF. DEXISTA	38	10.08%	6.74%
7.- INF. SOBRE RADIODIFUSORA	32	8.49%	5.67%
8.- INF. MUSICA Y AUTORES	11	2.92%	1.95%
9.- INF. POLITICA, ECONOMIA Y EDUC.	4	1.06%	0.71%
10.-INF. DEPORTIVA	2	0.53%	0.35%
-----			
TOTAL:	564	149.60%	100.00%

De acuerdo a lo anterior, \*Qué es lo que mas demandan a la estación?

Podríamos dividir las demandas en tres grupos, no por el número de peticiones sino por el tipo de solicitud:

1) En el PRIMER GRUPO incluiríamos a aquellas que se refieren a peticiones referentes a enlace directo y amistoso entre radiodifusora y auditorio, con 244 peticiones es decir el 43.27% de las demandas que llegaron a Radio México Internacional durante 1988:

RECUERDOS DE ESTACION con 128 peticiones, el 33.95% de el total de las cartas lo incluyen, y representa el 22.70% de las peticiones.

LISTA DE AMIGOS, con 116 peticiones, el 30.77% de la correspondencia que llega a Radio México Internacional y que abarca el 20.57% de las solicitudes.

2) EL SEGUNDO GRUPO que incluye a la correspondencia mas técnica entre radiodifusora y auditorio, 143 correspondientes al 25.35% de las peticiones:

TARJETA DE VERIFICACION con 73 solicitudes, representa al 19.36% de la correspondencia y el 12.94% de las peticiones.

INFORMACION DIEXISTA con 38 peticiones, representa al 10.08% de las cartas de Radio México Internacional y al 6.74% de las solicitudes.

INFORMACION SOBRE RADIODIFUSORA con 32 solicitudes, que representan al 8.49% de la correspondencia y al 5.67% de las peticiones.

3) El TERCER GRUPO que incluye aspectos contenido con 177 solicitudes y que corresponden al 31.38% de las mismas:

INFORMACION DE PROGRAMACION con 110 solicitudes, el 29.18% de las misivas y el 19.50% de las peticiones.

INFORMACION TURISTICA Y CULTURAL con 50 solicitudes, que representan al 13.26% de la correspondencia y al 8.87% de las demandas.

INFORMACION MUSICA Y AUTORES con 11 y que representan al 2.92% de la correspondencia y al 1.95% de las demandas.

INFORMACION POLITICA, ECONOMIA Y EDUC. con 4 peticiones que representan al 1.06% de la correspondencia y al 0.71% de las demandas.

INFORMACION DEPORTIVA con 2 peticiones que significan el 0.53% del total de las cartas y al 0.35% de las solicitudes.

\*Qué se puede deducir de las anteriores demandas?

Que el Primer Grupo compuesto por: Recuerdos de Estación y Lista de Amigos, deja entrever que el auditorio escribe por una necesidad, en primera instancia, de integrarse a la labor radiofónica de la estación.

Ya habíamos mencionado que el auditorio de la onda corta es un ente que se mantiene en contacto directo con la emisora, una especie de oyente cautivo que, si es capaz de tomarse la molestia de investigar acerca de las frecuencias, los horarios y las opciones que le ofrece una transmisión desde el exterior, no le costará más trabajo el escribir a las estaciones de radio para hacerles patente su constante monitoreo, a la vez que les dará sus puntos de vista.

Este tipo de demanda es muy constante dentro de la radiodifusión de onda corta y como se puede apreciar, ocupa un lugar predominante sin lugar a dudas.

En cuanto al Segundo Grupo, que representa a sectores de audiencia bastante amplios, ya que sus peticiones son muy frecuentes. Y se vincula al sector del auditorio de onda corta que más profundamente la conoce. Tales son los casos de solicitudes de información específica sobre la Difusora, y más especializadas como los de las Tarjetas de Verificación y las de Información Diexista, donde se intercambian datos técnicos y detalles de recepción.

Pasando al Tercer Grupo, en el que las peticiones son de referentes al contenido programático de la estación.

En primera instancia se encuentran las demandas sobre la forma y el contenido de la misma programación, ello puede ser un indicio de una falta de difusión, respecto a sus programas, sus horarios y en fin, detalles de sus transmisiones, por lo que el auditorio se ve en la necesidad de demandar este tipo de datos constantemente.

En el caso de las demandas sobre información turística, cultural, musical, política, economía, educación y deportes, no por el hecho de que existan espacios dedicados a esas áreas, signifique que se logre satisfacer las demandas al respecto. La correspondencia podría indicar una deficiencia o una carencia definitiva de información. Como ejemplo podríamos hacer referencias a la difusión de noticias -incluidas las informaciones sobre turismo, cultura, política, economía y deportes, entre otras-, es patente que en Radio México Internacional no existe una preocupación por realizar programas noticiosos especiales y exclusivos para la onda corta.

Se cuenta con producciones destinada a complacer estas demandas, pero por su carácter localista, no se logra satisfacer plenamente al auditorio interesado en estos temas.

Los programas existen, pero la correspondencia indica, por un lado, un vacío temático, o por el otro, una deficiente información.

En sí a eso nos remite las demandas contenidas en la correspondencia del auditorio de Radio México Internacional.

Ya vimos las demandas ahora, \*Que es lo que se da para satisfacerlos?

#### 2.2.5.2.2 OFERTA

Un perfil programático, ya lo decíamos, debe responder en primera instancia, a las necesidades de su auditorio -más no a sus caprichos-. Ahora que, en el caso de la onda corta, se debe considerar un perfil programático más rígido y específico, determinado, por un lado, por los intereses inherentes que impulsan a este tipo de actividad, que por lo general son los de la nación en su conjunto, y por el otro lado, por las demandas del público al que se dirige.

La barra programática con que cuenta Radio México Internacional ya lo decíamos, responde objetivamente a la política de comunicación social establecida por el gobierno federal. De esa manera, difunde seis aspectos bien definidos e integrados en una barra programática que se conforma de la siguiente manera:

Entretención:	28%	25 horas con 45 min.
-----		
Culturas:	24%	21 horas con 45 min.
Orientación:	18%	16 horas con 45 min.
-----		
Información:	14%	12 horas con 45 min.
-----		
Correspondencias:	11%	10 horas con 30 min.
-----		
Continuidad:	5%	4 horas con 40 min.
-----		
TOTAL:	100%	92 horas con 10 min.

Una barra programática en la que predomina el género musical, así como los aspectos tradicionales y folklóricos de nuestro país, estos aspectos cubren las áreas de Entretención y Cultura con un 52% del tiempo total de transmisión. Producciones que corren a cargo casi totalmente por la propia radiodifusora.

En cambio, las áreas noticiosa y orientativa, que cubren juntas un 32% de la programación, prácticamente escapan de las producciones propias de la difusora, por lo que otros organismos las proveen, sin hacer ninguna diferencia entre la emisión doméstica y la internacional. Ello es en sí un grave error en las transmisiones de onda corta.

El 11% del tiempo total de transmisión corresponde a la comunicación directa con el auditorio, a través de programas especializados en la correspondencia, destinados a satisfacer las demandas mayoritarias de los escuchas, en transmisiones netamente de la radiodifusora.

Finalmente, el 4% del tiempo total de transmisión corresponde a continuidad, que incluye saludos y despedidas esencialmente.

#### 2.2.5.3 PARAMETROS DE DESVIACION

Ya analizamos lo que se demanda y lo que se ofrece. Como se podrá observar, en sí la programación de Radio México Internacional, cubre todos los aspectos solicitados por su auditorio, en una relación no tan equitativa como debería corresponder a cada uno de los aspectos demandados.

Es decir, por ejemplo, si las peticiones del auditorio se concedieran al pie de la letra debería corresponder un mayor tiempo de difusión a programas sobre correspondencia del auditorio debido esencialmente al gran número de demandas al respecto. Pero veamos más de cerca la relación entre la oferta y la demanda en esos grupos:

##### -DEMANDA:

Recuerdo de Estación, Lista de Amigos, Tarjetas de Verificación, Información Dexista, y sobre Radiodifusoras: 387 peticiones al 68.62%

---

##### -OFERTA:

Correspondencia: 11% de la programación: 10 h 30'

Esas demandas dan testimonio, como ya habíamos mencionado, de que el auditorio escribe por una necesidad de integrarse a la labor radiofónica de la estación.

Por ello, se ha destinado el 11% del tiempo total de transmisión para satisfacer la comunicación directa con su auditorio, a través de programas especializados en la correspondencia, destinados a satisfacer las demandas mayoritarias de los escuchas, en transmisiones netamente de la radiodifusora.

Tiempo, insuficiente de acuerdo a las demandas que se llevan el grueso de las peticiones con el 68.62%, se ve la necesidad de dedicar mayor tiempo de transmisión a este respecto.

**-DEMANDA:**

Inf. Programación: 110 peticiones el 19.50%

---

**-OFERTA:**

Continuidad: 5% de la programación: 4 h 40'

Otra gran incongruencia la encontramos en las demandas de cortes de continuidad y adelantos de programación, el 19.50% de las solicitudes se refieren a información sobre programación, la estación dedica aproximadamente el 5% de su tiempo de transmisión para este y otros cortes de continuidad, algo verdaderamente insuficiente, y que revela una verdadera falta de cuidado al respecto, por lo que el auditorio se ve en la necesidad de demandar este tipo de datos constantemente.

Elo mismo puede ser la causa de que los oyentes ocasionales no se interesen por las transmisiones de Radio México Internacional, ya que nunca conocerán las otras opciones de programación que la estación les puede brindar.

**-OFERTA:**

Orientación  
y Cultural: 42% de la programación: 38 h 30'

---

**-DEMANDA:**

Inf. Turística y  
Cultural: con 50 peticiones el 8.87%

En el caso de las demandas sobre información turística y cultural, las peticiones, podrían indicar una carencia de información precisa al respecto. Si bien, en el caso de los aspectos tradicionales y folklóricos de nuestro país ocupan un lugar predominante en la programación de Radio México Internacional con un 24%. Sin embargo, el concepto de cultura es muy ambiguo, por lo que muchas veces es muy confuso y su manejo puede causar cierto malestar en algunas personas que no coincidan con ese punto de vista.

El emisor de la onda corta debe conciliar esos conceptos tanto a los intereses nacionales como a las comprensión del radioescucha, para lograr un lenguaje común, sólo la radiodifusora puede determinar las exigencias de su auditorio. Desafortunadamente, esta situación se ve agravada, ya que algunos programas con esas temáticas, nos son producidos por la misma estación, lo que se refleja en un mayor alejamiento entre emisor y receptor.

**-OFERTA:**

Entretención: 28% de la programación: 25 h 45'

---

**-DEMANDA:**

Inf. de Música y Autores: 61 peticiones el 10.82%

Existe una gran desproporción con respecto a la solicitudes sobre información musical y de autores que representan al 1.95% de las peticiones del auditorio con 11 solicitudes y en cambio la radiodifusora difunde al respecto, 25 horas con 45 minutos de su programación semanal, es decir el 28% de la programación total semanal.

Ciertamente esta es una barra programática en la que predomina el género musical. Sus producciones corren a cargo casi totalmente por la propia radiodifusora y cuenta con una amplia gama de programas musicales, pero que sólo se dedican a tocar música sin mayores explicaciones sobre los autores de las melodías, o sencillamente describen algunos aspectos muy superficiales sobre sus intérpretes, lo que deja muchas inquietudes a su auditorio y de ahí que surja este tipo de solicitudes.

**-OFERTA:**

Información: 14% de la programación 12 h 45'

---

**-DEMANDA:**

Información Política, Económica,  
Educativa y Deportiva: con 6 peticiones el 1.06%

El área noticiosa e informativa que cubre un 14% de la programación, es una producción completamente ajena a la difusora, ya que otros organismos son los encargados de llevar a cabo la realización e inclusive la transmisión, sin hacer ninguna diferencia entre la emisión doméstica y la internacional, por lo que esa falta de cuidado impide el satisfacer plenamente al auditorio de onda corta interesado en estos temas.

Ya habíamos mencionado, que los oyentes que generalmente escriben a las radiodifusoras, son individuos verdaderamente interesados en saber los detalles más mínimos sobre las emisoras y sus transmisiones, que incluyen aspectos culturales y de la vida en los países desde donde se origina la señal.

Pero, debido generalmente a una deficiente información o su tratamiento inadecuado, muchas veces no se logra cubrir las necesidades esenciales comprendidas en las demandas de un auditorio insatisfecho con información muy parcializada, que además les deja la cabeza llena de dudas y cuestionamientos.

Resumiendo, \*Cuáles son las principales desviaciones?

#### PROGRAMAS DE CORRESPONDENCIA

Tiempo de transmisión insuficiente, de acuerdo a las demandas que se llevan el grueso de las peticiones, se ve la necesidad de dedicar mayores espacios con esa finalidad, ya que es la piedra angular de la radiodifusión de onda corta y la necesidad central del auditorio que busca integrarse a la labor radiofónica de la estación.

#### INFORMACION SOBRE PROGRAMACION

El tiempo de transmisión dedicado a esta finalidad es verdaderamente insuficiente, lo que provoca, por un lado, la constante demanda de información al respecto, y por el otro se conviere en la causa principal de que los oyentes ocasionales no se interesen por las transmisiones de Radio México Internacional, ya que nunca tendrán la oportunidad de conocer las otras opciones de programación que la estación les puede brindar.

#### CULTURA Y ORIENTACION

La conceptualización de la cultura puede ser síntoma de una desviación entre oferta y demanda, las peticiones del auditorio, en este rubro, podrían indicar un malestar sobre el contenido de la información al respecto.

El emisor de la onda corta debe conciliar los intereses tanto propios como los del radioescucha, para lograr un lenguaje común.

Solo la radiodifusora es capaz de determinar las exigencias de su auditorio y brindar una programación adecuada que satisfaga sus necesidades que acerquen tanto a emisor como a receptor, y únicamente ella puede hablar el mismo idioma que su auditorio.



## ENTRETENIMIENTO

Existe una gran desproporción con respecto a la solicitudes sobre información musical y de autores con el tiempo de transmisión dedicado a ese fin.

La de Radio México Internacional es una barra programática en la que predomina el género musical. Pero al mismo tiempo existe un gran vacío ya que ese tiempo se utiliza exclusivamente a tocar música sin profundizar sobre autores, corrientes, intérpretes, etc..

Se convierte en una programación muy superficial que arroja una secuela de inquietudes en su auditorio. Es necesario considerar en este caso que no es indispensable bombardear para dar a conocer. Calidad por cantidad, con una mejor selección de temas musicales, una mayor investigación sobre sus autores y sus intérpretes, así como una distribución más adecuada a lo largo de la programación.

## INFORMACION

Es manifiesto que en Radio México Internacional no existe una preocupación por realizar programas noticiosos especiales y adaptados exclusivamente para la onda corta.

Ello constituye un grave error, debido a que los temas actuales son los de más demanda en las emisiones internacionales de onda corta, la imagen que se brinde al auditorio del exterior será la cara con que se conocerá a nuestro país en el ámbito internacional.

De la difusión de la vida contemporánea en nuestro país dependerá que se obtengan los objetivos de desarrollo industrial y crecimiento económico. Los medios de comunicación son determinantes para lograrlo, la radiodifusión de onda corta ocupa un lugar estratégico que debe ser utilizado inteligentemente.

La sugerencia en este rubro radica en saber manejar la imagen - más precisamente la información- de México en la comunidad internacional, de ahí que el personal que conforma a la radiodifusora, conciente de su papel, sea el intermediario entre nuestro país y el mundo.

Por el hecho de saber las inquietudes de su auditorio y de la forma de comunicarse con él, la estación debe ser la portadora del mensaje que nuestro país quiera emitir a las naciones del planeta.

# **COMPARATIVO**

**XERMX-OC / VANGUARDIA O.C.**

**CAPITULO TERCERO**

### 3.1 ANALISIS COMPARATIVO: XERMX-DC / VANGUARDIA ONDA CORTA

Llevar a cabo una comparación no siempre es fácil, sobre todo cuando se habla de variables que involucren aspectos subjetivos, propios del quehacer humano. Los modelos de comunicación masiva no escapan a esta definición, ya que cada sociedad responde a estímulos o motivaciones distintos de acuerdo a su origen y naturaleza.

En el caso de un análisis comparativo entre lo que llamamos la "Vanguardia de la onda corta", es decir, el Servicio en Español para Latinoamérica de la BBC de Londres, y las transmisiones de XERMX-DC la estación mexicana de onda corta, es factible su realización, ya que ambos servicios tienen un mismo objetivo: llegar al auditorio latinoamericano.

El hacer una comparación de lo que realiza nuestro país en esa actividad, a lo que se lleva a cabo en las naciones desarrolladas, específicamente en La Gran Bretaña, arroja resultados dramáticamente contrastantes, no porque en México se haga un mal uso de los medios de comunicación de este tipo, sino porque simplemente no se le presta la atención que requiere.

De antemano podemos determinar que existen grandes diferencias originadas en el hecho de que México padece problemas económicos que lo obligan a prestar atención a necesidades verdaderamente apremiantes, además de que su planeación económica le impide desviar recursos a esa actividad considerada como no prioritaria.

Aún así, dicha comparación nos facilitará la detección de los posibles aciertos y errores de uno y otro servicios, y ello nos acercará más a un modelo ideal de radiodifusión en onda corta.

Para llevar a cabo nuestro análisis, primeramente debemos determinar las variables en las que lo basaremos:

1.- De acuerdo a los OBJETIVOS que fundamentan la actividad de cada uno de los Servicios.

2.- Por las características de sus PROGRAMACIONES.

- Origen
- Contenido
- Calidad

3.- Por su ORGANIZACION.

- Recursos humanos
- Recursos económicos
- Recursos técnicos

#### 4.- Por la MAGNITUD y ALCANCES de DIFUSION.

- Dirección de la señal
- Cobertura
- Horarios de transmisión
- Frecuencias
- Potencia y número de transmisores

En los capítulos anteriores realizamos el análisis detallado de nuestros dos objetos de comparación, por lo que de acuerdo a las variables antes mencionadas y de manera general, podemos determinar sus principales similitudes y divergencias.

En las similitudes incluiríamos únicamente a los Objetivos, ya que ambos servicios tienen una misma finalidad: llegar al auditorio latinoamericano.

Y en las divergencias: a la Organización, la Programación y la Cobertura, ya que ambos difieren grandemente en cuanto a la importancia que prestan a esos factores: desde la manera en que se integra su barra programática, en la forma en que llevan a cabo su labor hasta en la manera en que difunden sus señales.

### 3.1.1 SIMILITUDES

Únicamente en cuanto a OBJETIVOS:

RMI	BBC
CULTURA	INFORMACION
-Historia, Tradiciones	-Noticias
INFORMACION	-El Punto de Vista Británico
-Noticias con caracter oficial	ASPECTOS DE LA VIDA EN G.B.
ESPARCIMIENTO	-Cultura, Esparcimiento
RECREACION	-Recreación
ORIENTACION	

1.- Radio México Internacional: En México, el Estado siempre ha tenido en cuenta la conveniencia de ensanchar sus contactos con la comunidad internacional, por lo que los objetivos de su radiodifusora de onda corta están determinados dentro de los siguientes parámetros:

- A.-Difundir los distintos aspectos de la historia y del desenvolvimiento de la vida nacional.
- B.-Abrir o reforzar vínculos con otros países.
- C.-Llevar el mensaje de la patria a los mexicanos residentes en el extranjero.
- D.-Extender a los pueblos del mundo la voz de México.

La BBC de Londres tiene por objetivos centrales:

- A.-Difundir noticias en forma imparcial.
- B.-Reflejar las opiniones reinantes en Gran Bretaña.
- C.-Proyectar una amplia imagen de la vida, la cultura y las novedades científicas e industriales británicas.

Las similitudes entre ambos servicios radica en que sus objetivos son los de difundir aspectos de la vida dentro de sus respectivos países, sean noticias, pasajes históricos, tradiciones, geografía turismo, etc.

Su principal diferencia radica más que nada en las prioridades temáticas.

Para Radio México Internacional, la difusión de las tradiciones y la cultura nacionales ocupa un lugar fundamental. En cambio, para la BBC es la información noticiosa.

Para el primero es darse a conocer en el mundo, para el segundo es mantener su imagen vanguardista en el concierto de las naciones.

### 3.1.2 DIVERGENCIAS

Es natural que al pertenecer a dos sociedades distintas en todos aspectos: culturales, ideológicos, económicos, políticos, etc., los medios de comunicación masiva difieran en cuanto a sus modelos comunicativos.

Diferencias determinadas por diversos factores de los cuales la ideología y la economía juegan un papel fundamental.

Las principales divergencias entre el servicio de RMI y de la Vanguardia en Onda Corta (BBC de Londres), se encuentran en las prioridades programáticas, en la organización del trabajo, así como en la forma en que se difunde la señal.

En cuanto a la Programación, existen diferencias respecto a su origen, su contenido y su calidad:

**ORIGEN DE PROGRAMAS:**

	RMI	BBC
Propios	73.70%	100%
Sección de Producción	12.47%	-
Sección de noticias	13.83%	-

Las producciones de ambos servicios provienen de varias fuentes. En el caso de Radio México Internacional las producciones propias ocupan un lugar mayoritario. En cambio el servicio Latinoamericano abarca el 100%, debido a que todo lo que transmite es adaptado a sus necesidades particulares, a diferencia de Radio México Internacional que difunde producciones muchas veces ajenas a los requerimientos de la radiodifusión en onda corta.

**CONTENIDO DE LA PROGRAMACION:**

	RMI	BBC
Entretención	28%*	7.9%
Cultura	24%	5.8%
Orientación	18%	6.3%
Información	14%	65.6%*
Interés general	-	3.9%
Correspondencia	11%	5.2%
Continuidad	5%	1.4%
Educativos	-	3.9%

(\*) mayores índices.

Las prioridades programáticas son las que determinan definitivamente la gran diferencia entre los dos servicios radiofónicos.

El esparcimiento (programas musicales) es en Radio México Internacional, lo que las noticias en el Servicio Latinoamericano de la BBC.

La Información es la piedra angular de este último, resultado de una política de comunicación social enfocada a difundir la forma de vida en la Gran Bretaña con la finalidad fundamental de mantener su carácter de potencia mundial.

En cambio, Radio México Internacional busca esencialmente el dar a conocer las manifestaciones y los aspectos tanto culturales como tradicionales e históricos de nuestra nación.

Ambas son barras programáticas que responden a diferentes enfoques para proyectar la imagen interna de las dos naciones.

#### CALIDAD EN LA PROGRAMACION:

##### RMI

###### TEDIOSA:

- Muchas horas de transmisión. sin embargo sus dos horarios le permiten abarcar más sectores de auditorio.
- La mayor parte de los programas son de 30 minutos
- Exactitud en los horarios

###### ACEPTABLE:

- Lenguaje demasiado serio.
- Imposiciones frecuentes.
- Amable.
- Algunos descuidos técnicos graves.

###### INTERESANTE:

- Temas Histórico-traditionalistas.
- Música.

##### BBC

###### LIGERA:

- Pocas horas de transmisión
- Programas breves y formatos de Radio-Revista.
- Horarios cronometrados.

###### ACEPTABLE:

- Lenguaje coloquial.
- Profesionalismo en la difusión.
- Algunas voces anticuadas.

###### INTERESANTE:

- Temas Noticiosos.
- Temas de Actualidad.
- Temas de interés general.

## CONSISTENCIA EN LA BARRA PROGRAMÁTICA:

### RMI

- Discontinuidad serial.
- Temas poco profundos.
- Desequilibrio Temático
- Demasiada música sin explicaciones sobre temas o autores.
- Solo información oficial.
- Emisiones que muestran una separación entre emisor y receptor.
- Repetición Programática Balanceada.

### BBC

- Equilibrio Temático
- Diversidad
- Repetición Programática Balanceada
- Sencillez
- Actualidad
- Profundidad

La forma de captar al auditorio es esencial en las emisiones de una radiodifusora.

La programación del servicio Latinoamericano de la BBC supera en mucho a la de Radio México Internacional por tres razones fundamentales:

- 1.- Al permanecer pocas horas al aire tiene mejores oportunidades de realización más profesional, ya que cuenta con mayores facilidades para sus distintas producciones.
- 2.- Tiene más personal para realizarla.
- 3.- Disponen de un amplio presupuesto para tal efecto.

Ello no quiere decir que la programación de RMI sea mala. Existen algunos defectos en general, pero a pesar de ello, llena los requisitos para considerarse más o menos aceptable.

Entre esos defectos pudimos resaltar una discontinuidad en los programas seriados, además, que las investigaciones que respaldan a sus programas no son lo necesariamente profundas para aportar algún beneficio al escucha.

Se nota, también, un desequilibrio en la variedad temática: La música invade completamente la programación, la cual se difunde muy superficialmente.

En cuanto a la información, ésta es demasiado oficialista así como local, lo cual la divorcia completamente de la onda corta, lo mismo se podría decir de otras tantas emisiones, que se ubican fuera de la producción propia de la radiodifusora.



En cuanto a la ORGANIZACION, los rubros más relevantes son los recursos Humanos, los Económicos y Técnicos:

#### RECURSOS HUMANOS:

##### RMI

La mayor parte de la gente contratada en Radio Mexico Internacional son egresados de la Carrera de Comunicación de las diversas Universidades del País, especialmente el Gerente, Sub-Gerente y Productores.

Los locutores todos cuentan con licencia para realizar su profesión. En RMI laboran 17 personas: Gerente, Sub-gerente, 1 Productor de base, 1 Productor por honorarios, 1 Continuista una Secretaria, una Planilla de Locutores (4 de base y 1 por honorarios), una Planilla de Operadores (3 de Estación y 3 de Transmisión), así como Personal de Servicio Social.

##### BBC

Cuenta con un equipo adecuado para actuar tanto en coordinación con otras áreas como independientemente.

-Son originarios de los países latinoamericanos y cuentan con experiencia previa en todas las áreas del quehacer radiofónico.

El Servicio cuenta con un Coordinador, dos Asistentes de coordinador, una Secretaria así como 7 Productores y 13 Asistentes programáticos.

En ambos servicios, la gente esta preparada para llevar a cabo una labor como debe ser. Si bien, en el caso de los operadores de audio de Radio México Internacional, en la mayoría de los casos, no cumplen con la capacitación necesaria para llevar a cabo su labor de una manera óptima.

Por otro lado, los locutores de los dos servicios son gente experimentada en la actividad radiofónica, pero con una gran diferencia con respecto al desempeño de sus labores.

En Radio México Internacional, los locutores se concretan en presentar los programas, en llevar la continuidad de la transmisión y ocasionalmente el grabar algún programa. En cambio, en el Servicio Latinoamericano todos los locutores son a la vez investigadores, guionistas, conductores de programas, entrevistadores y por lo general saben utilizar el equipo de audio sin ningún problema.

Son personas preparadas en cualquier área del quehacer radiofónico, por lo que su trabajo se refleja en una mejor realización de los programas, tanto en contenido como en calidad, ya que ellos mismos llevan a cabo la investigación, la adaptación y la grabación o transmisión del mismo.

Definitivamente, los recursos humanos son mejor aprovechados en el Servicio Latinoamericano de la BBC de Londres.

#### RECURSOS ECONOMICOS

##### RMI

La estación cuenta con un presupuesto aproximado de un millón de pesos al mes, destinado a gastos de producción, a pago de colaboradores por honorarios, de correspondencia, de apartados postales, por obsequios y premios, así como para suscripciones a periódicos, entre otras cosas. Todos los demás gastos, como teléfono, material de producción y de oficina, corren a cargo de la Dirección de Administración y Finanzas del Instituto Mexicano de la Radio.

##### BBC

Cada semana se asigna una suma de dinero, destinada a gastos de producción, lo que facilita enormemente la labor del equipo. Fundamentalmente para la compra de materiales, para la realización de los distintos programas, como: discos, libros, suscripciones a periódicos, revistas o publicaciones regulares o especializadas, así como para gastos de transporte y viáticos para la realización de reportajes especiales, independientemente a las comisiones, salarios o prestaciones del personal.

En recursos económicos, el servicio Latinoamericano de la BBC, cuenta con una suma muy superior a la asignada a Radio México Internacional, la que utiliza para gastos estrictamente de producción, independientemente de cualquier otro requerimiento.

En cambio, a Radio México Internacional se le asignan una cantidad mensual para cubrir ciertas necesidades fundamentales de la misma difusora, como son: pago de colaboradores, correspondencia, buzones, obsequios, etc.

Lo anterior, sitúa muy por adelante a las producciones del Servicio Latinoamericano con respecto a las de Radio México Internacional, ya que éste último no cuenta con un presupuesto destinado para nuevas realizaciones, más profundas, documentadas y ambiciosas.

#### RECURSOS TECNICOS:

#### DE PRODUCCION:

---

##### RMI

Radio México Internacional posee un estudio de grabación / transmisión para su uso exclusivo. Además, tiene acceso durante 3 horas diarias, a otro estudio que comparte con las demás estaciones del Instituto Mexicano de la Radio.

##### BBC

El sistema de rotación de estudios en todo el servicio mundial de la BBC, permite a las distintas secciones contar con estudios permanentemente. De la misma manera, es una ventaja para las secciones el contar con equipo portátil y de unidades móviles, a su disposición, para su desplazamiento y transmisión inmediatas y en directo desde el lugar de los hechos.

La diferencia principal respecto a los recursos técnicos de producción, radica en que el Servicio Latinoamericano de la BBC dispone permanentemente de por lo menos un estudio de grabación, lo que la da una gran facilidad para la realización de sus programas. En cambio Radio México Internacional debe satisfacer sus necesidades de producción con 3 horas diarias de estudio para una barra programática de 13 horas aproximadamente.

## COBERTURA:

### RMI

El equipo técnico de transmisión de Radio México Internacional se ubica al sureste de la Ciudad de México. Esta constituido por un complejo de cinco transmisores: Cuatro de ellos son de 10 000 watts de potencia, de los cuales, dos utilizan antenas direccionales de alta ganancia, de 12 decibeles (dB) del tipo Log periódica rotatoria y los otros dos, emplean antenas no direccionales del tipo díceno con 4 dB de ganancia.

El quinto transmisor es de 50 000 watts, de potencia y también cuenta con una antena direccional de alta ganancia de 14 dB, del tipo Log periódica rotatoria.

La cobertura de Radio México Internacional abarca:

- a) La República Mexicana,
- b) El Caribe
- c) América Central
- d) América del Sur
- e) Sur de los Estados Unidos

Sus transmisiones están divididas en dos horarios (Tiempo del centro de México)

MATUTINO: de 07:00 a 11:00 hrs.  
VESPERTINO: de 14:00 a 23:00 hrs.

### BBC

El servicio Latinoamericano, tiene varios transmisores ubicados estratégicamente, con el fin de cubrir prácticamente el Subcontinente.

Tiene 4 transmisores en el Caribe: todos ellos en la isla de Antigua que trabajan en frecuencias de Onda Corta y con una potencia de 250 000 watts. De esos 4 transmisores, dos los comparte con la Deutsche Welle.

Además, el servicio usa las instalaciones de transmisión de otros difusores:

En Ohio, Estados Unidos, con la Voz de América, con un transmisor de onda corta y una potencia de 250 000 watts, y en California con dos transmisores en Onda corta de 250 000 watts cada uno. Asimismo, renta tiempo a la Radio Bras, de Brasil.

La cobertura del servicio Latinoamericano de la BBC abarca:

- a) La República Mexicana
- b) El Caribe
- c) América Central
- d) América del Sur

En cuanto a horarios, el Servicio Latinoamericano, en Español, transmite diariamente de las horas (GMT o UTC):

VESPERTINO:  
de 00:15 a 04:15 horas.  
MATUTINO:  
de 11:00 a 11:30 horas.

Sus frecuencias son:

50 METROS	5.985 Mhz.
31 METROS	9.705 Mhz.
25 METROS	11.770 Mhz.
19 METROS	15.430 Mhz.
16 METROS	17.765 Mhz.

Sus frecuencias son:

49 METROS	6.185 Mhz.
	6.155 Mhz.
	6.110 Mhz.
31 METROS	9.825 Mhz.
	9.765 Mhz.
25 METROS	11.680 Mhz.
19 METROS	15.420 Mhz.
	15.285 Mhz.
16 METROS	17.810 Mhz.

Los transmisores del Servicio Latinoamericano de la BBC están ubicados en varias zonas geográficas con el fin de cubrir óptimamente cada área de recepción del sub-continente. Con ello, la BBC se garantiza la mejor recepción a sus emisiones.

Por su parte, Radio México Internacional tiene todos sus transmisores ubicados en la Ciudad de México, ello no significa que le reste alcance o propagación, sino que posiblemente alguna zona de recepción puede recibir la señal un tanto distorsionada o inestable.

Respecto a la cobertura, ambos servicios buscan llegar a más o menos las mismas zonas geográficas.

En cuanto a los horarios de transmisión, los dos cuentan con dos emisiones en horarios distintos.

En el caso del servicio Latinoamericano, sus transmisiones están calculadas para ser captadas en América a las horas en que se logra una mejor difusión de las ondas y que a la vez se abarque un auditorio mayor.

Las emisiones del servicio Latinoamericano de la BBC se difunden a partir de las 11:00 hasta las 11:30 en el horario matutino tiempo del meridiano de Greenwich, las 05:00 a 05:30 hrs. tiempo del centro de México horario apto para una excelente difusión en el continente. Lo mismo sucede con el horario vespertino de 00:15 a 04:14 hrs tiempo de Greenwich, las 18:15 a 22:15 hrs del centro de México, horario también muy conveniente para una óptima difusión de la señal en onda corta.

Por su parte, Radio México Internacional ha optado por horarios más de conveniencia doméstica que para una amplia difusión internacional. Ya que su señal no está destinada para alcanzar el otro lado del mundo, sus transmisiones se efectúan durante los mismos horarios que la radio local sin considerar la interferencia provocada por la luz solar en las transmisiones de altas frecuencias (ondas cortas), por lo que su recepción debe considerarse defectuosa de antemano.

Teniendo en cuenta el origen y el destino de la señal, la programación se difunde de día y prácticamente a la misma hora se capta en otras latitudes del continente, con la debida degeneración de la calidad en la recepción, ocasionada por la influencia del factor solar, error por demás grave, ya que ello se reflejará en un rechazo paulatino a sus emisiones.

Por otro lado, en teoría, la totalidad del continente Americano esta cubierto por la señal de Radio México Internacional, pero debido a problemas técnicos mayores y por la falta de presupuesto, ha ocasionado que tres de los transmisores esten fuera de servicio.

Lo anterior deja descubiertas amplias zonas, ya que los dos transmisores que funcionan actualmente, solo alcanzan a cubrir las partes Sureste y Suroeste de los Estados Unidos (sólo durante el horario matutino), así como el Territorio Nacional, Centroamérica y el Caribe (en los horarios: matutino y vespertino de 14:00 hasta 22:45 hrs.).

Ello provoca, por una parte, el que la señal no se difunda, tanto a la parte Sur-Central de los Estados Unidos, como en ningún país de América del Sur, y que por la otra, se pierdan quince minutos diarios de transmisión.

Esto quiere decir Radio México esta trabajando a menos de la mitad de su capacidad, pero se espera que en los próximos meses se instale un nuevo transmisor de 100 000 watts de potencia.

**ONDA  
CORTA  
IDEAL  
EN  
MEXICO**

### 3.2 HACIA UNA ONDA CORTA IDEAL EN NUESTRO PAIS

Hablar de modelos radiofónicos es tratar de estandarizar a esta actividad dentro de categorías de motivación y creatividad pre-determinadas.

Sabemos que el quehacer radiofónico satisface intereses muy específicos que persiguen obtener cierto beneficio, ya sea material o ideológico para quienes lo llevan a cabo.

Ciertamente, la actividad radiofónica masiva esta impulsada por necesidades particulares de influencia sobre auditorios multitudinarios y heterogéneos.

Por ello, se debe tener en consideración que no todas las sociedades son iguales, ni responden a los mismos estímulos. En cada país o región se determina el uso de los medios de comunicación de acuerdo a sus intereses y sólo de ello dependerá el modelo y características con los cuales estos llevarán a cabo sus actividades de influencia.

En Europa, en Asia o en América Latina, se han desarrollado distintas maneras de atraer y hablar a sus oyentes en el sentido de que, tanto los radiodifusores como sus auditorios comparten entre otras cosas, sus hábitos, gustos, temores, creencias, ello por pertenecer a la misma cultura.

En sí, la estructura y las aplicaciones son las mismas, pero al cambiar de sociedad, las costumbres son otras y por lo tanto los métodos para hacer entender e influenciar a los oyentes es distinta.

Por ejemplo, existen sociedades religiosas a las cuales se les debe hablar con un lenguaje distinto a aquel utilizado en las que evolucionan dentro de una tendencia marxista-socialista.

Muchas veces al comparar modelos radiofónicos distintos encontraremos diferencias que responderan a necesidades particulares por lo que uno no funcionaria adecuadamente en el contexto social del otro y viceversa.

Por ello, al hacer la comparación, se deben considerar estos aspectos antes de emitir juicios calificativos.



### 3.2.1 OBJETIVOS

El quehacer radiofónico en onda corta debe realizarse de acuerdo a los requerimientos de crecimiento y desarrollo de nuestro país, para servir en la constante búsqueda de un bienestar para todos sus habitantes.

Hasta hoy, nuestro país ha estado conciente de la necesidad de ensanchar sus contactos con la comunidad internacional, desafortunadamente ha seguido solamente una política de divulgación y acercamiento de nuestra cultura a los naciones del mundo.

!Y lo ha hecho exclusivamente en el área cultural!, algo que según nuestro punto de vista, aunque no deja de ser importante, es inadecuado y obsoleto a las prioridades nacionales contemporáneas.

\*Es que el difundir las múltiples manifestaciones de nuestro folklore, traerá beneficios para nuestra endeble economía?; \*Es que el dar a conocer nuestra vasta cultura ayudara a que el problema de la deuda externa se resuelva?; \*Es que al transmitir las nobles tradiciones de nuestro pueblo se facilitará el que la comunidad internacional se compadezca de nuestros problemas y nos brinde un trato preferencial, especialmente de aquellas con las que estamos endeudadas hasta más no poder?

?Por qué entonces se coloca a la difusión de lo cultural en primera instancia?

Eso es algo que cuestionamos decididamente, ya que la problemática "actual" obliga a difundir aspectos más relevantes y vigentes, como podría ser el desenvolvimiento de procesos productivos, económicos e inclusive sociales, políticos y científicos, que reflejarían la dinámica "actualizada" de desarrollo en nuestro país, que lo presente con su verdadera dimensión de "alternativa", ya sea de inversión o de desarrollo, que posiblemente interese a otras naciones.

Ya hemos hablado de la gran importancia que reviste la radiodifusión en onda corta. Es el medio de comunicación con el cual nuestro país puede reflejar una imagen dentro de la comunidad internacional.

Con ello no queremos decir que este es el único medio con el que se puede lograr ese objetivo. A lo que nos referimos es que su característica básica radica en alcanzar auditorios de otras latitudes con el fin de proyectar la forma de vida, los recursos, las atracciones, así como las costumbres y la historia de la nación en su conjunto.

En México, este tipo de radiodifusión ha sido grandemente olvidada, por el hecho de que no existe una costumbre a sintonizarla. Situación provocada, por un lado, ya que no existen muchos aparatos especiales para su recepción debido posiblemente a falta de tecnología, inducida por un proteccionismo mercantil, y segundo por que no se ha promovido su existencia, ya sea por la ausencia de un beneficio mercantil o por acciones gubernamentales de censura a informaciones internacionales contrarias a sus intereses políticos.

En fin, lo cierto es que nuestra nación carece de una costumbre generalizada por escuchar las emisiones foráneas, ello mismo se ha manifestado en una falta de interés en llevar a cabo intentos serios y consistentes por realizar ese tipo de radiodifusión.

Es hora de comprender que lo que se difunda a través de esas frecuencias será la imagen que en el exterior se forme de nuestro país.

Es sorprendente el saber que en otros países se vea al mexicano común como un rancharo sombreroado, empistolado, macho, borracho e irresponsable.

O que México los símbolos nacionales sean el tequila, la pelea de gallos, las borracheras y los mariachis cantores descendientes del Centauro del Norte.

Haciendo a un lado lo anterior, \*Cuál sería la imagen que más convendría al país tomando en cuenta sus principales necesidades?.

Una imagen que deje ver sus cualidades como país en pleno desarrollo, con trabajadores calificados, con múltiples posibilidades de inversión, responsable a sus compromisos y muchas otras cosas más.

Una imagen de vanguardia y liderazgo dentro de un subcontinente oprimido por la misma problemática.

Mediante la radiodifusión de onda corta, México puede contribuir en la formación de una conciencia común dentro de los países del área y ayudar a integrar la tan deseada Unión Latinoamericana, al difundir una filosofía destinada a encarar sus problemas y a la vez enriquecerse de las experiencias ajenas, en un constante intercambio. Con lo que al mismo tiempo podría en relieve su papel de nación líder entre los países de la comunidad iberoamericana.

El objetivo fundamental sería entonces:

El obtener un Bienestar Nacional Generalizado mediante:

- A.- La formación de una imagen de país responsable y confiable.
- B.- La búsqueda de una alternativa más fuerte y efectiva para enfrentar problemas comunes, a través del reforzamiento de los vínculos con los países latinoamericanos.

### 3.2.2 PERFIL PROGRAMATICO

El hablar de un perfil programático nos conlleva en primera instancia a preguntarnos: \*¿Qué sería lo más indicado difundir para lograr los objetivos de la radiodifusora?, y \*¿Qué sería lo ideal para un público que escucha una señal de otro país?

Para responder a esas demandas es necesario hacer un paréntesis sobre un aspecto muy relevante:

El Auditorio, fundamental en la radiodifusión y su razón de ser. Si no existiese el público-receptor, la radiodifusión no hubiera adquirido la importancia que ahora reviste. Es él, el que determina que hacer o no, dentro de esta actividad. El es a quien debemos mantener contento y brindarle nuestro diario esfuerzo radiofónico.

El satisfacer sus demandas, en cuanto a lo que quiere escuchar, garantiza el que sintonice determinada frecuencia. Obviamente una radiodifusora cuenta con un auditorio garantizado, de otra manera no tendría una razón para existir.

Pero el reto se encuentra, primero, en conservar a ese auditorio y después, en atraer nuevos escuchas.

La función de una radiodifusora se podría definir como la de un instrumento de influencia en ese auditorio que escucha el mensaje que se le ha preparado especialmente y que puede ser comercial, político o religioso.

Aquí entran en juego dos intereses: los de la radiodifusora, y los del auditorio.

**\*Cómo combinar ambos intereses?**

El éxito de las estaciones comerciales se basa en que da a su auditorio lo que solicita -tal y como lo pide-, al tiempo que le crea nuevas necesidades que sólo esa radiodifusora puede satisfacer. Esto es lo que se ha denominado como: "la cultura de masas", en la que surgen nuevos valores superficiales y baratos, pero completamente fieles a los gustos más frívolos de un público manipulado, al que se le mantiene contento a cambio de su adicción a las transmisiones.

El hecho es que estas radiodifusoras ganan mayores auditorios y sus mensajes comerciales les reditan más ganancias económicas. No importa, en este caso, si aportan o no algún beneficio práctico-intelectual al auditorio, sencillamente se limitan a atraerlo, ya lo demás viene solo. Lo importante es aumentar el "rating", para que sus tarifas se disparen.

Por otro lado, las radiodifusoras educativo-culturales que fueron creadas como contraparte de las comerciales y que buscan dejar un mensaje más profundo, encaminado a satisfacer las necesidades intelecto-educativo-moralizantes de su auditorio, se distinguen por ser "pesadas", "serias" e inclusive "antiguadas".

Y con mucha razón, ya que sus emisiones estén caracterizadas por ser muy poco atractivas, debido a una mala concepción de que lo culto-intelectual se manifiesta con un lenguaje muy elevado y rebuscado, ello las convierte en elitistas y su posible el auditorio permanece al margen, sin motivación para sintonizar esas estaciones.

Eso finalmente es algo que no importa mucho, ya que por lo general estas radiodifusoras reciben un subsidio periódico otorgado por los gobiernos o pertenecen a instituciones educativas y el beneficio económico no es una condición fundamental.

Ni el primero, ni el segundo, si una estación busca ser escuchada y a la vez aportar un mensaje más profundo que el masivo-comercial, debe buscar satisfacer las diversas demandas de un auditorio pensante, evolutivo e involucrado en la problemática actual.

**Y, \*Cómo puede hacerlo?**

Con una barra programática balanceada, que sea atractiva, culta y que además sea capaz de adaptarse a la dinámica social. Ese es el único recurso que permitirá cumplir con ese objetivo.

### 3.2.2.1 CARACTERISTICAS

Para hablar de una propuesta en la onda corta para nuestro país, antes que nada se debe definir: tanto el tipo de mensaje que deseamos difundir, como al auditorio al que se trata de alcanzar con la señal radiofónica.

Primeramente debemos hablar de los intereses de la radiodifusora, que nos remitiría directamente a las prioridades de desarrollo nacional. Hablar de una programación con esas características, según nuestro punto de vista, debe desechar definitivamente aquellas políticas comunicativas sustentadas en esquemas, que se pudieran ubicar fuera de un contexto lógico compatible a los requerimientos nacionales actuales y cuya principal cualidad es lograr que nos vean como un país que goza de una amplia tradición cultural-folklórica, lo que en resumidas cuentas no ofrece una solución adecuada a los problemas más apremiantes de una sociedad en pleno desarrollo como la nuestra.

Por ello colocaríamos a la INFORMACION como un factor de primera magnitud y fundamental en el que se debe sustentar a la radiodifusión de onda corta en nuestro país, sin descartar los otros aspectos que simplemente la complementarían.

Pero, \*Por qué esa temática en particular?.

Porque México atravieza por graves problemas, fundamentalmente de carácter económico, que envuelven no sólo a nuestra nación, sino a otros países, por que comparten los mismos, o por que se encuentran en una situación similar. En fin, son problemas muy complejos cuya solución debe buscarse de una manera conjunta y no unilateralmente.

Es aquí donde la radiodifusión en onda corta juega un papel relevante, como un apoyo a esas acciones y negociaciones internacionales encaminadas a la búsqueda de soluciones satisfactorias para todos los países involucrados.

Sus emisiones se deben ajustar a esos objetivos y a la vez, respaldar los esfuerzos y deseos nacionales de superación.

\*Cómo lo puede llevar a cabo?.

Mediante la difusión de las características "actualizadas" más relevantes de un país como el nuestro:

- 1) Libre.
- 2) Que goza de una plena soberanía.
- 3) Que es el autor de un grandioso esfuerzo por superar las contrariedades inherentes a su desarrollo.
- 4) Que posee recursos y posibilidades para enfrentar tanto sus problemas actuales como los futuros.
- 5) Decidido en hacer patente su preocupación por atraer la simpatía, la comprensión y la cooperación internacionales que apoyen las acciones encaminadas a encontrar soluciones conjuntas a problemas comunes.
- 6) Que cuenta con el apoyo y cooperación de su gente.
- 7) Que se desenvuelve en un clima interno de paz.
- 8) Que cuenta con el respaldo de una vasta tradición cultural.

Después, toca turno a una estrategia destinada a conservar y atraer auditorios para nuestra señal.

\*Cuál sería esa estrategia?

Ya lo mencionamos, una barra programática adecuada. Para obtenerla debemos considerar los elementos que debe contener y como estructurarla. Es decir necesitamos definir algunos aspectos fundamentales:

- 1) El Contenido y La Forma
- 2) La Organización

\*Por qué estas categorías?

Las primeras tienen que ver directamente con la estructura y características de nuestra programación. La segunda debido a que para difundir la programación más adecuada, se hace necesario el contar con una organización sólida, que respalde las actividades de investigación y realización radiofónicas, más indicadas para nuestros requerimientos específicos.

Sólo de esa manera podremos hablar de una propuesta válida de radiodifusión en la onda Corta.

Como habíamos mencionado, primeramente debemos hablar de "Contenido" y "Forma", ya que la calidad en el contenido y la manera de presentarlo constituyen la esencia de un buen programa y consecuentemente de una barra programática. La profundidad, por un lado, así como la brevedad y los horarios adecuados, por el otro, convertirán al mensaje en algo atractivo, cómodo y accesible para el auditorio.

1) Al referirnos a la calidad de contenido aludimos a una producción, que tenga el respaldo de una profunda investigación lo mismo que una buena recopilación de datos y materiales relevantes. Pero, \*cuáles deberán ser las principales características de una programación idónea?:

El realizar una programación ligera, agradable, interesante, así como balanceada, es con lo que cualquier auditorio exigente quedaría satisfecho. Y \*Cuáles serían las principales recomendaciones para una buena programación?:

Antes que nada buscar:

a) Un Equilibrio así como una Variedad en la programación; tratar de abarcar todos, o la mayor parte de los aspectos del quehacer humano:

\*Científico-Tecnológico-Industrial;            \*Económico-Financiero;  
\*Cultural-Literario-Pictórico-Poético-Musical;    \*Cine-Teatro;  
\*Turístico-Recreativo-Vacacional;            \*Agrícola-Ganadero;  
\*Político-Social;    \*Maculino-Femenino;    \*Metrópoli-Provincia;  
\*Nacional-Internacional; Etc.

b) Este equilibrio debe tener siempre en cuenta el aspecto de "Actualidad", un factor que implica en primera instancia la selección de una temática de acuerdo a la dinámica social a la que se dirigirá el mensaje; esta misma concepción nos obliga a evitar en la medida de lo posible caer en formatos de corte anticuado.

Debemos estar siempre concientes que los gustos y hábitos cambian, que lo que ayer fue el último grito de la moda, hoy es anticuado. Por lo tanto, los temas "actuales" de cualquier tipo son fundamentales para, por un lado, reflejar la realidad de un país y, por el otro, poder hablar el mismo lenguaje de su auditorio.

c) Esa actualidad impone a la información y a las noticias como fundamentales, ya que el aspecto informativo, esencialmente local, pero también incluyendo el de otras regiones o países, son temáticas de vital importancia a los intereses del auditorio de otras naciones que sintonizan las frecuencias de la onda corta.

d) Igualmente, la información debe considerar el difundir temas de interés general como aspectos de lo que realmente sucede en una ciudad, en un país, en un continente. El difundir lo que hace vivir a sus habitantes; sus manifestaciones: culturales, artísticas, musicales, literarias; sus modas; sus gustos; sus edificios; sus tradiciones; sus deseos; etc. Así como temas interesantes, alternativas a la solución de los problemas comunes más generalizados y la promoción de intercambios y vínculos interregionales, internacionales e intercontinentales.

2) En cuanto a Forma, existen tres aspectos referentes a la presentación de los programas:

- I .- Como presentarlos,
- II .- Cuando presentarlos y
- III.- Cuantas veces presentarlos.

I.- El primer aspecto, Cómo presentarlos, incluye en primera instancia:

a) Su Duración. Es conveniente hacerlos cortos, de 15 minutos, ya que de esa manera no se aburre al auditorio y a la vez nos permite lograr una alta calidad, debido a que, al no ampliarnos demasiado, se puede obtener una realización óptima, en cuanto a presentación, como en contenido -guión, entrevistas, musicalización, etc.-.

Asimismo, en programas más prolongados es recomendable el utilizar el formatos de Radio-revista que nos permite ofrecer una mayor variedad de temas y contenidos con reportajes, música, entrevistas, dramatizaciones, etc.

b) Es importante, ante todo, cuidar el lenguaje que se utilice, ya que debe contar con una condición de "sencillez" en la expresión de ideas que le permita ser apto para ser entendido.

c) Igualmente, una variedad de voces y pocas intervenciones del locutor de continuidad hacen más interesantes las emisiones radiofónicas.

II.- Respecto a Cuándo presentarlos:

a) Eso se realizará de acuerdo a las prioridades que determinen la programación, y conforme los sondeos u otros indicadores vayan señalando los horarios que cuenten con un mayor número de posibles radio-escuchas.

b) Para apoyar la recepción, es recomendable abrir espacios con el fin de dar adelantos de programación, lo que facilitará al auditorio el estar pendientes a los programas y transmisiones de su interés.



III.- En lo tocante a Cuántas veces presentarlo:

a) La repetición de programas dependerá, por un lado, de los efectos que causen las distintas emisiones de programas, en algunos porque interesa que el mensaje no se pierda, y en otros porque valen la pena: y, por el otro, por si algún sector del auditorio haya perdido alguna transmisión, sepa que tiene otra oportunidad de sintonizarlo.

Se pueden seleccionar días y horarios distintos para la retransmisión y es recomendable su promoción previa.

### 3.2.2.2 PRIORIDADES

Ya mencionamos los objetivos de nuestra propuesta de modelo radiofónico en onda corta, por lo tanto y de acuerdo a ellos, su barra programática debe contemplar, suficiente información actualizada sobre la vida en nuestro país y aspectos como:

**El Económico:** Las alternativas que ofrece nuestro país en los rubros: Industrial, tecnológico, comercial, manufacturero, etc.

**El Social:** Difundir las manifestaciones sociales que coadyuven a los objetivos antes mencionados y que a la vez busquen obtener un beneficio generalizado.

**El Político:** Difundir propuestas para un liderazgo ideológico y para el impulso a una unidad latinoamericana.

**El Cultural:** Difundir las manifestaciones cultural-folklorico-tradicionales de México con el fin de reforzar su imagen de líder en el sub-continente.

En general debe difundirse la información sobre todos los rubros de la actividad nacional, comenzando por la economía y sus aspectos inherentes, debe quedar en claro que no nos referimos a su simple y estricta difusión noticiosa, sino a programas de análisis, sencillos pero documentados, sobre las múltiples alternativas que ofrece nuestro país en todos aspectos.

Por ejemplo, sobre las posibilidades de inversión, del interés de México en la ampliación del intercambio comercial y del fomento a las actividades económicas internacionales en general.

O de la promoción de una ideología de liderazgo y unidad en latinoamérica.

Por lo anterior, las temáticas a difundir quedarían en el siguiente orden riguroso:

- 1.-Información
- 2.-Orientación
- 3.-Cultura
- 4.-Esparcimiento

Además, con el fin de actualizarse constantemente, se debe cuidar el estar siempre en coordinación con las demás áreas de la producción y difusión radiofónicas, destinada para tener a su disposición los materiales ya producidos, para su posterior adaptación a los requerimientos específicos de la onda corta.

Es igualmente se debe buscar el apoyo de los diversos sectores sociales, económicos, productivos, políticos, culturales, ideológicos, etc. del país, con fin de difundir sus avances, logros e inquietudes, especialmente en las áreas que ya hemos determinado como prioritarias.

Es importante y necesario para llevar a cabo esta actividad -la radiodifusión al exterior-, el asignar una áreas especiales destinadas a difundir, promover e informar sobre los horarios, frecuencias, programaciones, así como transmisiones especiales de nuestro servicio hacia el exterior. Esto se podría realizar mediante la colaboración de las distintas representaciones diplomático-culturales nacionales en otros países.

### 3.2.3 INFRAESTRUCTURA

Para hablar del factor organizacional debemos hacer referencia a 3 aspectos fundamentales:

- 1) Recursos Humanos
- 2) Recursos Económicos
- 3) Recursos Técnicos

### 3.2.3.1 RECURSOS HUMANOS

En cuanto a Recursos Humanos, podríamos hablar de un equipo adecuado que pudiese actuar tanto inter como independientemente.

El trabajo debe turnarse o rotarse constantemente con el fin de alternar las labores, ya que, de esa manera se pueden obtener mejores resultados en cuanto a creatividad.

El personal debe reunir varios requisitos indispensables:

- Que conozcan la mejor forma de expresión hacia el área hacia donde se dirige la señal.
- Que tengan la preparación para escribir cualquier tipo de guión.
- Que sean capaces de realizar investigaciones y de plasmarlas correctamente en reportajes y comentarios.
- Que sepan sostener una entrevista en cualquier área del quehacer humano.
- Que tengan seguridad y aplomo al expresarse ante el micrófono.
- Que al hablar lo hagan correcta y coherentemente.
- Que tengan experiencia previa en el quehacer radiofónico.
- Que tengan conocimientos del manejo de los equipos de grabación y difusión

### 3.2.3.2 RECURSOS MATERIALES

En cuanto a Recursos Económicos, el hecho de asignar una suma periódica, destinada a gastos de producción facilita enormemente la labor del equipo.

En una primera instancia para compra de materiales destinados a la realización de los distintos programas como discos, libros, suscripciones a periódicos, revistas o publicaciones regulares especializadas; y en segunda instancia para gastos de transporte, llamadas de larga distancia, etc.

Ello debe ser independiente a las comisiones, salarios o prestaciones del personal.

### 3.2.3.3 RECURSOS TECNICOS

En cuanto a Recursos Técnicos de Producción, es una ventaja para la labor informativa el tener acceso a equipo de grabación durante las horas de trabajo, como el contar con equipo portátil o en su caso de unidades móviles, a su disposición, para el desplazamiento y la transmisión inmediatas y en directo desde el lugar de los hechos.

Por su parte, los Recursos Técnicos de Difusión deberán estar situados en puntos estratégicos y contar con los transmisores y la potencia adecuada para alcanzar sus objetivos.

### 3.2.4 CONSIDERACIONES PARA LATINOAMERICA

El origen histórico-cultural compartido, la explotación sistemática de sus recursos por las grandes potencias, el empeoramiento de los niveles de vida de sus habitantes, la total dependencia tecnológica y el endeudamiento exorbitante, entre otras cosas, que han padecido las Naciones Latinoamericanas en su conjunto, ha obligado a sus gobiernos a buscar nuevas alternativas para enfrentar su negro horizonte

Se ha hablado mucho de una, todavía hipotética, comunidad latinoamericana, debido principalmente a lo complejo de la problemática de cada país y a una no descartada influencia de intereses contrarios a la vigorización del sub-continente.

El recurrir a nuevos canales o alternativas para aliviar sus padecimientos particulares es, en estos momentos, muy difícil ya que lo agudo y diverso de su problemática cierra casi todas las posibilidades.

El problema económico es determinante y dentro de él, la renegociación de las deudas externas de casi todos los países del subcontinente. Esto obliga, a ambas partes -deudores y acreedores- a buscar opciones válidas a todas las naciones con el mismo problema.

Aquí el viejo dicho de "en la unión esta la fuerza" cobra validez, ya que sólo si todas las naciones latinoamericanas se presentan a negociar como un bloque unificado tendría un mayor peso, por lo que se logrará avanzar en la búsqueda de una solución más viable a las posibilidades de generales de todas las naciones involucradas.

Es obvio que son problemáticas distintas y que cada país debe tomar medidas muy particulares que en la mayoría de los casos exige un sacrificio extremo, el cual sólo repercute en los estratos sociales más desprotegidos de todas las naciones con crisis económicas.

La acción de la radiodifusión en frecuencias de onda corta se deberá realizar respetando sobre todo la soberanía y la independencia de los pueblos en la resolución de sus propios problemas. México debe buscar inclinar la opinión pública mundial y la solidaridad latinoamericana para solucionar sus problemas más apremiantes.

Debe aprovechar su posición de vanguardia dentro de la América Latina, para así dar propuestas de unificación, que de antemano sabemos que si se llegaran a realizar sería a través de otras instancias, netamente diplomáticas. La radio serviría entonces como un instrumento para allanar el terreno y facilitar que se obtenga esa unificación.

No se tratará de una barra programática en la que se transmitan arengas político-ideológicas de unificación, sino que se abordarían temas comunes para vincular más estrechamente a la América Latina.

Información, por ejemplo, sobre aspectos económicos, con las opiniones de especialistas respecto:

Las últimas negociaciones de la deuda externa; las oportunidades comerciales y avances tecnológicos de cada país; el reforzamiento de posibles intercambios comerciales entre ellos como: las mercancías que tal país ofrece y que necesidades tiene, etcétera.

Aspectos de cooperación, de ayuda, de apoyo e inclusive de solidaridad ante cualquier contrariedad diplomática por ejemplo de algún país miembro de esa nueva comunidad.

Por ello es importante contar con la infraestructura técnica suficiente para alcanzar los objetivos de difusión de una manera satisfactoria. A la vez, se deben realizar convenios con las representaciones diplomáticas de cada uno de los países latinoamericanos, a fin de obtener la información necesaria para difundirse a través de la barra programática.

Igualmente, se debe contar con el apoyo de la Secretaría de Relaciones Exteriores, para que, a través de sus múltiples representaciones en los países latinoamericanos, se promuevan las distintas actividades de la radiodifusora, así como su programación, sus horarios y sus frecuencias.

# CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES

Durante el desenvolvimiento de este estudio observamos los aspectos más relevantes de la radiodifusión por onda corta, tanto en México como en el mundo.

Asimismo, aportamos algunos puntos de vista respecto a las deficiencias y logros de las transmisiones realizadas por Radio México Internacional, en una comparación con lo que llamamos la "Vanguardia" en este tipo particular de radiodifusión.

Sin embargo, al realizar el proyecto para este estudio, propusimos algunas hipótesis, implícitas en el mismo, que a estas alturas pueden ser claramente refutadas o comprobadas.

Algo que consideramos necesario, para dejar en claro la propuesta que se planteó en el proyecto, pero que no es indispensable de ninguna manera, ya que, como decíamos, éstas se encuentran incluidas dentro de las distintas observaciones que hemos hecho a lo largo de la investigación.

Dichas hipótesis son las siguientes:

1.-"La radiodifusión por onda corta en México no sigue un criterio determinado para formar una imagen vanguardista de nuestro país en la comunidad de naciones".

2.-"La radiodifusión nacional en onda corta debe destinarse prioritariamente a la difusión de temas como el fortalecimiento de nuestra identidad nacional, soberanía, independencia y tradiciones culturales. Asimismo, debe mantener los vínculos sociales, económicos y políticos, que nos hermanan con los países de América Latina".

3.-"La radiodifusión por onda corta debe concentrarse en una sola institución encargada de emitir el mensaje de México hacia el exterior y que además, involucre directamente a nuestro país dentro del proceso evolutivo mundial, principalmente de Latinoamérica".

4.-"El contenido programático de la radiodifusora XERMX-DC, Radio México Internacional, no satisface las demandas del auditorio al que está dirigido".



I.- En el caso de la hipótesis primera: referente a que no se sigue un criterio consistente para formar una imagen vanguardista de nuestro país dentro de la comunidad de naciones, podemos argumentar que el problema central radica en cuanto a las políticas que definen el contenido programático, y según nuestro punto de vista, distorsionan enormemente la imagen de México ya que:

PRIMERO: No responde ni se apega a los requerimientos prioritarios de la realidad nacional.

SEGUNDO: Se ha obstinado en transmitir una imagen obsoleta, y por lo tanto irreal, que en nada beneficia a nuestra nación.

TERCERO: No se apega a algún programa específico de comunicación en ese sentido, que pueda proyectar fielmente la imagen que más conviene a los intereses nacionales.

Por lo tanto, la hipótesis mencionada, puede darse por comprobada.

II.- La Segunda hipótesis se divide en dos aspectos diferentes:

El primero referente a que la radiodifusión nacional en onda corta debe destinarse a fortalecer la identidad, soberanía, independencia y tradiciones culturales nacionales.

Y el segundo a que debe mantener los vínculos que nos hermanan con los países de América Latina.

Dividimos esta hipótesis para analizar cada uno de esos aspectos por separado.

Definitivamente, la radiodifusión en onda corta se ha destinado para fortalecer las tradiciones culturales y artísticas nacionales fundamentalmente, ello mismo ha fortalecido la soberanía y la independencia de nuestro país, ya que la libre difusión de sus manifestaciones culturales, históricas y tradicionales lo demuestran.

Sin embargo, hemos visto como nuestra identidad nacional se ha estancado en reflejos obsoletos; ya no somos los mismos que hace cincuenta años y es necesario actualizar esa identidad para exigir la independencia y soberanía que nos corresponde en el ámbito internacional.

Por otro lado, este tipo de radiodifusión ha descuidado algo esencial para sí, el crear vínculos más estrechos con los países de América Latina. No ha interesado fortalecer este aspecto suponemos porque ha sido prioritario el crear la imagen hacia dentro, influir al auditorio nacional, por lo que la radio de onda corta ha perdido importancia.

Pero como ya habíamos mencionado, las exigencias actuales obligan a buscar alternativas para soluciones conjuntas a problemas mutos con los países latinoamericanos. Es aquí donde la radiodifusión de onda corta juega un papel muy relevante, más si se toma en cuenta que la costumbre de escuchar la onda corta es mayormente manifiesta en las naciones de América Latina.

III.- La tercera hipótesis se refiere al problema medular de esta actividad:

Indiscutiblemente, la radiodifusión por onda corta debe concentrarse en una institución encargada de emitir el mensaje de México hacia el exterior y que lo involucre dentro del proceso evolutivo mundial.

Ello es determinante, ya que sólo con una consistencia y continuidad de una política de comunicación bien definida y coherente con los requerimientos evolutivos de la vida en el país.

Es aquí donde radica el mayor reto para lograr una radiodifusión por onda corta ideal para nuestro país.

COHERENCIA, CONSISTENCIA y CONTINUIDAD en lo que nuestro país necesita transmitir al mundo.

IV.- Finalmente, en la cuarta hipótesis, se argumenta que Radio México Internacional no satisface las demandas de su auditorio.

Como ya habíamos mencionado, es muy difícil determinar las inquietudes generales de una auditorio, sin embargo, RMI cuenta con un auditorio fiel, que a pesar de las deficiencias, tanto técnicas de transmisión, como de contenido programático, sigue sintonizando sus distintas emisiones.

Ello, en primera instancia nos llevaría a pensar que RMI cumple su misión óptimamente y satisface las demandas de su auditorio, algo que cuestionamos enormemente, ya que la comprobación de esta hipótesis se encuentra en la afirmación que antes hicimos.

\*¿Cuáles son las principales demandas de una auditorio que escucha las emisiones de onda corta?

Podemos dividir al auditorio en dos tipos:

- A) Los que buscan temáticas actualizadas que proyecten el reflejo fiel de la vida en el país emisor, en este caso México.
- B) Los escuchas fortuitos que se interesan por las emisiones claras sin interferencias.

2 aspectos que de antemano nos dan una respuesta, ya que, si argumentamos primero que RMI ocupa gran parte de su tiempo de transmisión a programación con temáticas obsoletas y alejadas de la realidad nacional, simple y sencillamente NO SATISFACE LAS DEMANDAS DE SU AUDITORIO, que busca informarse de los manifestaciones actualizadas de la vida nacional.

Si a ello agregamos que cualquier oyente internacional que no se interese en el contenido sino en la forma, que incluye los aspectos técnicos de recepción, es obvio que la maltrecha señal de RMI no satisficará a cualquier diexista medianamente exigente.

Con ello la segunda hipótesis queda comprobada ampliamente. Aunque, como habíamos dicho, existe un auditorio que esta satisfecho con las emisiones de RMI, conformado por diexistas que captaron la señal claramente en una ocasión, o escuchas cautivos que se aferran a las transmisiones, aunque deplorables, de "su añorado país".

Se debe recordar que el auditorio es la base de una radiodifusora, y por lo tanto se le debe un respeto fundamental. Satisfacer cualquiera de sus demanda es necesario y esencial, siempre y cuando se apege a los intereses nacionales. De ello deducimos que RMI solo satisface las demandas de una pequenísima minoría de su auditorio "potencial".

**ANEXOS**

-----  
**ANEXO NUMERO 1**  
 -----

A continuación citamos algunas de las frecuencias utilizadas por estos sistemas (1), así como sus estaciones de retransmisión, ello con el fin de ilustrar mejor este trabajo: (2)

**Australia (Radio Australia)**

5995	7205	9645	11705	11855	15240	15395
6035	7215	9655	11720	11910	15320	15415
6060	7265	9710	11730	15140	15345	17715
6080	9505	9720	11765	15160	15365	17750
7120	9580	9760	11800	15180	15380	17795
7135	9629	9770	11835			

**Austria (Radio Austria International)**

5945	7115	9655	9725	11830	12015	15320
6000	7210	9660	9870	11840	15270	15410
6155	7245	9720	11660	11915		

**Bulgaria (Radio Sofia)**

6035	6115	7150	7280	9740	11765	11900
6045	6135	7155	9560	9755	11835	15310
6070	6160	7215	9595	11720	11860	15385
6085	7115	7255	9700	11735		

**Canadá (Radio Canadá International)**

3925 t	6065	7285 s	9650	11840 d	11945	15260
5960	6140	9535	9740 d	11845	11955	15315 s
5965 d	6195	9555 d	9755	11850	11960	15325
5995 d	7155 d	9590 d	9760	11915 s	15140	15390
6010 d	7185 d	9595 t	11710	11935 d	15150	17820
6015 s	7230 d	9615 s	11720	11940	15235 d	17875
6055 t	7235 d	9625	11775			

Las letras después de las frecuencias indican las estaciones de retransmisión (relay stations):

D= Daventry, England; S= Sines, Portugal; T= R. Tanpa, Tokio, Japón.

-----  
 (1) Es importante mencionar que las frecuencias que utilizan, tanto Radio Moscú, como Radio Beijing, no se incluyen debido a que son demasiado extensas y porque no proporcionan datos exactos.

(2) Información obtenida de "WORLD RADIO TV HANDBOOK 1987, Billboard Publications Inc., London, 1987.

**Ecuador (La Voz de los Andes, HCJB)**

3220	6130	9745	11740	11910	15160	15295
6050	6205	9765	11795	11925	15220	17790
6075	6230	9860	11835	11960	15250	17890
6080	9715	9870	11900	15115	15270	

**España (Radio Nacional de España)**

6020	9360	9650	11715	11920	15365	17770
6125	9530	9675	11730	11940	15375	17845
7105	9570	9745	11815	15125	15380	17890
7275	9620	9765	11880	15215	15395	21575
7450	9630					

**Estados Unidos de América (Voice of America)**

5995	9455	9630	11680	15185	15415	17810
6020	9465	9650	11715	15195	15580	17830
6040	9525	9670	11740	15205	17640	17865
6080	9530	9700	11760	15245	17710	21545
6125	9540	9765	11890	15265	17740	21560
6130	9550	9815	11895	15315	17765	21580
6140	9565	9840	11950	15400	17785	21590
6155	9575	11580	15135	15410	17800	21610
6190	9580					

La Voz de América (VDA) tiene estaciones retransmisoras en: Isla Asunción; Antigua; Belice; Botswana; Sri Lanka; Costa Rica; Kavala, Grecia; Manrovia, Liberia; Munich, Alemania del Este; Filipinas; Rhodes, Dodecanese Islands; Tanger, Marruecos; Tailandia; y Woofferton, Inglaterra.

**Francia (Radio France Internationale)**

3965	7120	9605	9860	11805	15180	15425
5950	7135	9715	11670	11845	15190	15435
5990	7145	9745	11690	11930	15195	15460
6040	7160	9790	11700	11955	15200	17620
6045	7235	9800	11705	11965	15300	17720
6055	7280	9805	11790	11995	15315	17850
6150	9535	9810	11800	15155	15365	21620
6175	9550					

Radio France Internationale tiene estaciones de retransmisión en Gabón y la Guyana Francesa.

**Hungría (Radio Budapest)**

6025	7155	7220	9520	9835	12000	15220
6110	7165	7225	9585	11910	15160	17710

**India (All India Radio)**

3295	7120	9545	9910	11830	15165	15387
3905	7140	9550	10335	11865	15175	17780
4860	7195	9610	11620	11895	15230	17785
6035	7215	9615	11715	11920	15280	17805
6105	7225	9630	11725	11940	15320	17830
6115	7255	9675	11730	15110	15335	17855
6155	7260	9730	11740	15120	15360	17875
6160	7412	9735	11810	15135	15365	
7110	9535	9755				

**Italia (Radiotelevisione Italiana)**

5990	7275	9585	11790	15245	15385	21610
6050	7290	9630	11800	15310	17715	21615
6165	9560	9710	11810	15330	17780	21690
7235	9575	9780	11905			

**Japón (Nippon Hoso Kyokai)**

5965	6080	7180	9525	9695	11955	15350
5990	6120 c	7210	9570 m	9725	15195	17755
5995	7140	7280	9645 m	11840	15230 m	17785 m
6065	7155	9505	9675	11875	15235	17810

Las estaciones retransmisoras:

S= Sines, Portugal; M= Moyabi, Gabón; C= Canada.

**Países Bajos (Radio Nedeland Wereldomroep)**

5955	6165	9525	9715	11735	15315	21475
5990	7175	9540	9770	11740	15350	21480
6020	7230	9590	9775	11930	15560	21485
6040	7285	9610	9895	11935	15570	21540
6050	9505	9630	11710	13770	17575	21680
6110	9515	9650	11730	15280	17605	21685

La radio de los países bajos tiene estaciones retransmisoras en: Bonaire, Netherlands Antilles; y Talata/Volonondry, Madagascar.

**Pakistán (Radio Pakistán)**

3980	7365	9505	11672	12005	15560	17620
4950	7375	9860	11735	12025	15565	17640
6175	9455	11615	11745	15115	15580	17660
6240	9460	11640	11790	15175	15595	17745
7315	9465	11660	11995	15515	15605	21475

**República Democrática Alemana (Radio Berlín International)**

5965	6115	7185	9645	11705	11890	15440
6010	6125	7260	9665	11750	15145	17705
6040	6165	7295	9730	11755	15170	17755
6070	7105	9560	9740	11785	15240	21465
6080	7115	9620	9770	11810	15255	21540
6105	7165					

**República Federal Alemana (Deutsche Welle)**

3995	6100	7150	9570	9735	11905	15405
5960	6120	7160	9585	9745	11915	15410
5990	6130	7175	9600	9750	11945	17715
5995	6140	7195	9605	9765	11950	17765
6000	6145	7200	9610	9770	15105	17780
6010	6155	7225	9615	11705	15120	17800
6020	6170	7235	9625	11750	15135	17810
6025	6185	7265	9640	11765	15185	17815
6030	6190	7270	9645	11785	15205	17825
6035	7105	7275	9650	11795	15245	17845
6045	7110	7285	9670	11810	15275	17875
6055	7120	9505	9680	15820	15310	21540
6065	7130	9515	9690	11845	15320	21560
6075	7135	9545	9700	11850	15300	21650
6085	7145	9565	9715	11865	15355	21680

Además de sus transmisores en Alemania del Este, Deutsche Welle tiene estaciones retransmisoras en: Kigali, Rwanda; en Sines, Portugal; Malta; Antigua; Montserrat; Trincomalee, Sri Lanka; y Canadá. Algunas frecuencias son usadas tanto en Alemania como por las estaciones retransmisoras.

**Reino Unido (British Broadcasting Corporation)**

3955	6050	7105	7230	9575	11680	15390
3975	6060	7120	7235	9600	11780	17695
5965	6085	7120	7255	9610	11835	17705
5975	6100	7130	7260	9635	12040	17715
5990	6110	7150	7270	9660	12095	17790
5995	6125	7155	7320	9750	15070	17810
6000	6140	7170	7325	9760	15115	17855
6010	6150	7175	9410	9770	15180	18080
6015	6185	7185	9530	9825	15205	21640
6030	6195	7210	9565	9915	15235	21710
6045						

Estas frecuencias son usadas por transmisores en el Reino Unido, algunas son usadas también por estaciones retransmisoras en otros países. La BBC retransmite en:

Berlín, Alemania del Este; Isla Asunción; Lesotho; Chipre; Masirah Island, Oman; Singapur; Sackville, Canadá; Delano, USA; Greenville, USA; y Antigua.

**Sudáfrica (Radio RSA)**

3230	6010	6160	9580	9615	15185	17780
4990	6065	7270	9585	11900	15220	21590
5980						

**Suecia (Radio Sweden International)**

6045	9565	9655	9715	11785	15245	15435
6065	9605	9665	9730	11925	15345	17770
7265	9615	9695	11705	11950	15390	21555
7275	9630	9700	11735	11955		



**Suiza (Swiss Radio International)**

3985	6165	9625	9730	11795	11935	12035
5965	6190	9665	9870	11840	11955	15430
6035	9535	9670	9885	11905	12030	15570
6135	9560	9725				

En sí, ese es el panorama general de la radiodifusión en frecuencias de onda corta en el mundo.

-----  
ANEXO NUMERO 2  
-----

ORGANIGRAMA GENERAL DEL SERVICIO MUNDIAL DE LA BBC

A.- NOTICIAS

La redacción esta organizada de la siguiente manera:

EDITOR (Editor)  
EDITOR ADJUNTO (Deputy Editor)  
EDITOR EN JEFE (Managing Editor, World Service News)  
4 EDITORES DE REDACCION (Newsroom Editors)  
EDITOR REGIONAL (Regional Output Editor)  
EDITOR DEL SERVICIO EN INGLES (English Output Editor)  
EDITOR DE ADMISION DE NOTICIAS (News Intake Editor)  
COORDINADOR DE ADMISION DE NOTICIAS (News Intake Co-Ordinator)

5 CORRESPONSALES NACIONALES

-SECTOR DIPLOMATICO (Diplomatic Correspondent)  
-DE ASUNTOS EXTERIORES (Foreign Affairs Correspondent)  
-DE DEFENSA (Defense Correspondent)  
-SECTOR POLITICO (Political Correspondent)  
-SECTOR ECONOMICO (Economics Correspondent)

Además, el servicio noticioso de cuenta con un equipo de 50 corresponsales extranjeros distribuidos en todo el mundo:

1 en Abdijan	2 en Paris
1 en Ankara	1 en Roma
1 en Atenas	2 en Sao Paulo
2 en Beijing	1 en Singapur
1 en Berlin	2 en Tokio
1 en Bonn	1 en Tunes
2 en Bruselas	1 en Varsovia
1 en Budapest	1 en Viena
1 en Colombo (Sri Lanka)	5 en Washington
1 en El Cairo	
1 en El Caribe	
1 en Ginebra	
1 en Islamabad	
1 en Jakarta	
2 en Jerusalem	
2 en Johannesburgo	
1 en Lusaka	
1 en Madrid	
3 en Medio-Oriente	
2 en Moscú	
1 en Naciones Unidas	
2 en Nairobi	
2 en Nueva Delhi	
1 en Nueva York	

**B.- PRENSA (Publicity):**

El organigrama de esta división esta conformado de la siguiente manera:

JEFE DE PRENSA Y PUBLICIDAD (Head of Press and Publicity, World Service)  
OFICIAL EN JEFE DE PUBLICIDAD INTERNACIONAL (Senior International Publicity Officer)  
OFICIAL EN JEFE DE PRENSA INTERNACIONAL (Senior International Press Officer)

**C.- INVESTIGACION DE AUDIENCIAS Y TRANSMISIONES INTERNACIONALES (International Broadcasting and Audience Research):**

La oficina esta integrada asi:

JEFE (Head)  
ASISTENTE (Assistant Head)

**D.-CAPACITACION (Staff Training):**

Cuenta con:

ORGANIZADOR (Staff Training Organiser)

**E.-SERVICIOS EN INGLES (English Services):**

El servicio en Inglés esta integrado por:

INTERVENTOR DEL SERVICIO EN INGLES (Controller: English Services)

-----  
COMENTARISTA EN JEFE (Chief Commentator, World Service)  
-----

EDITOR (Editor)  
EDITOR EN JEFE (Managing Editor)  
ORGANIZADOR DE PLANEACION Y DESARROLLO (Planning and Development Organiser)  
ORGANIZADOR DE PRESENTACIONES (Presentation Organiser)

-ASUNTOS DE ACTUALIDAD (Current Affairs, World Service, English)

JEFE (Head, Current Affairs, World Service)  
JEFE ADJUNTO (Deputy Head, Current Affairs, World Service)  
ASISTENTE (Assistant Head)  
8 PRODUCTORES EJECUTIVOS (Executive Producers)

-PRODUCCIONES (Productions, World Service, English)

JEFE DE PRODUCCIONES (Head of Productions)  
ASISTENTE DEL JEFE DE PRODUCCIONES (Assistant Head of Productions)  
PRODUCTOR EJECUTIVO DE TRANSMISIONES RELIGIOSAS (Executive Producer, Religious Broadcasting)  
EDITOR EN JEFE DE DEPORTES (Managing Editor, Sport)  
PRODUCTOR EJECUTIVO, MUSICA (Executive Producer, Music)  
PRODUCTOR EJECUTIVO, MUSICA POPULAR (Executive Producer, Popular Music)  
PRODUCTOR EJECUTIVO, DRAMA (Executive Producer, Drama)  
PRODUCTOR EJECUTIVO, CARACTERIZACIONES Y ARTES (Executive Producer, Features and Arts)

F.-CHARLAS Y CARACTERIZACIONES CENTRALES (Central Talks and Features):

La oficina se integra por:

JEFE (Head, Central Talks and Features)  
EDITOR (Editor, Features and Topical Reports)  
ASISTENTE (Chief Assistant, Features and Topical Reports)  
EDITOR CIENCIA, INDUSTRIA Y EXPORTACIONES (Editor, Science, Industry and Exports)  
ASISTENTE DEL EDITOR CIENCIA INDUSTRIA Y EXPORTACIONES (Assistant Editor, Science, Industry and Exports)  
EDITOR EJECUTIVO ASUNTOS DE ACTUALIDAD (Executive Editor, Current Affairs)  
ASISTENTE EN JEFE DE ASUNTOS DE ACTUALIDAD (Chief Assistant, Current Affairs)  
ORGANIZADOR DE LA SECCION DE ASUNTOS DE ACTUALIDAD, INVESTIGACION E INFORMACION (Organiser, Current Affairs Research and Information Section)  
ASISTENTE COORDINACION DE EXPORTACIONES (Assistant, Export Liaison)

**G.- BBC CINTAS TEMATICAS (BBC Topical Tapes):**

La oficina esta conformada por:

JEFE (Head, Topical Tapes)  
ASISTENTE (Chief Assistant, Topical Tapes)

**H.-INGLES POR RADIO Y TELEVISION (BBC ENGLISH):**

BBC English esta integrado de la siguiente manera:

JEFE (Head)  
ASISTENTE (Chief Assistant)  
PRODUCTOR EJECUTIVO, INGLES POR TELEVISION (Executive Producer,  
English by Television)  
ORGANIZADOR PROGRAMATICO, INGLES POR RADIO (Programme Organiser,  
English by Radio)  
GERENTE DE VENTAS (Sales Manager)  
GERENTE DE PUBLICACIONES (Publications Manager)

**I.-SERVICIO DE TRANSCRIPCION (BBC Transcripcion Service):**

El servicio de Transcripción esta formado por:

JEFE (Head)  
GERENTE DE NEGOCIOS (Business Manager)  
GERENTE DE PROGRAMAS (Programme Manager)  
GERENTE DE INGENIERIA (Engineering Manager)

**J.-SERVICIO DE ULTRAMAR (Overseas Service):**

El Servicio de Ultramar esta dirigido por:

INTERVENTOR (Controller)  
ORGANIZADOR DEL SERVICIO DE ULTRAMAR (Organiser, Overseas  
Services)

**-SERVICIO AFRICANO (African Service):**

JEFE (Head)  
ASISTENTE (Assistant Head)  
-HAUSA: Organizador Programático  
-SOMALI: Organizador Programático  
-SWAHILI: Organizador Programático

-SERVICIO ARABE (ARABIC SERVICE)

JEFE (Head)  
ASISTENTE (Assistant Head)  
ORGANIZADOR PRESENTACION (Organiser, Presentation)  
ORGANIZADOR UNIDAD TEMATICA (Organiser, Topical Unit)  
ORGANIZADOR ASUNTOS DE ACTUALIDAD (Organiser, Current Affairs);  
ORGANIZADOR CARACTERIZACIONES Y MUSICA (Organiser, Features and Music)  
ORGANIZADOR DE PUBLICACIONES (Organiser, Publications)

-SERVICIO ORIENTAL (Eastern Service)

JEFE (Head)  
ASISTENTE (Assistant Head)  
UNIDAD TEMATICA (Topical Unit)

-BENGALI: Organizador Programático  
-BURMESE: Organizador Programático  
-HINDU: Organizador Programático  
-NEPALES: Organizador Programático  
-PASHTO: Organizador Programático  
-PERSA: Organizador Programático  
-TAMIL: Organizador Programático  
-URDU: Organizador Programático

-SERVICIO PARA EL LEJANO ORIENTE (Far Eastern Service)

JEFE (Head)  
ASISTENTE (Assistant Head)

-CHINO: (Cantones y Mandarin) Organizador Programático  
-INDONESIO Y MALAYO: Organizador Programático  
-JAPONES: Organizador Programático  
-THAI / VIETNAMITA: Organizador Programático

-SERVICIO LATINOAMERICANO (Latin American Service)

JEFE (Head)  
ASISTENTE (Assistant Head)

-PORTUGUES: Organizador Programático  
-ESPAÑOL: Organizador Programático

**K.- SERVICIO EUROPEO (European Services)**

Esta dirigido por:

INTERVENTOR (Controller)  
ORGANIZADOR SERVICIOS EUROPEOS (Organiser, European Services)

-SERVICIO EN FRANCES Y PORTUGUES (French and Portuguese Language Service)

JEFE (Head)  
ASISTENTE (Assistan Head)

-PARA AFRICA: Organizador Programático  
-PARA EUROPA: Organizador Programático

PORTUGUES: (Para Africa, Europa y Africa) ORGANIZADOR PROGRAMATICO

-SERVICIO EN ALEMAN (German Language Service)

JEFE (Head)  
ASISTENTE (Assistant Head)

-SERVICIO PARA EUROPA CENTRAL (Central European Service)

JEFE (Head)  
ASISTENTE (Assistant Head)

-CHECO y ESLOVACO: Organizador Programático  
-FINLANDES: Organizador Programático  
-HUNGARO: Organizador Programático  
-POLACO: Organizador Programático

-SERVICIO PARA EL SURESTE DE EUROPA (South East European Service)

JEFE (Head)  
ASISTENTE (Assistant Head)

-BULAGARD: Organizador Programático  
-GRIEGO: Organizador Programático  
-RUMANO: Organizador Programático  
-SERBO-CROATA: Organizador Programático  
-TURCO: Organizador Programático

-SERVICIO RUSO (Russian Service)

JEFE (Head)  
ASISTENTE (Assistant Head)

**L.- INGENIERIA (Engineering World Service)**

INGENIERO EN JEFE (Chief Engineer): John Corbett  
ASISTENTE (Assistant Chief Engineer): Alec Thomas

**M.-MONITOREO (BBC MONITORING)**

Esta división esta integrada de la siguiente manera:

GERENTE GENERAL (General Manager)  
GERENTE GENERAL ADJUNTO (Deputy General Manager)  
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE RECEPCION (Head of Reception  
Department)  
EDITOR, NOTICIAS Y PUBLICACIONES (Editor, News and  
Publications)  
ASISTENTE DEL JEFE DE RECEPCION (Assistant Head of Reception  
Department)  
ASISTENTE DEL EDITOR DE PUBLICACIONES (Assistant Editor,  
Publications)  
ASISTENTE DEL EDITOR DE NOTICIAS (Assistant Editor, News)  
GERENTE DE MERCADEO Y VENTAS (Marketing & Sales Manager)

**N.-FINANZAS (World Service Finance)**

La oficina se conforma asi:

JEFE DE CONTABILIDAD (Chief Accountant)  
JEFE DE FINANZAS (Head of Finance)  
ASISTENTE DEL JEFE DE FINANZAS (Assistant Head of Finance)

**O.-RECURSOS Y ADMINISTRACION (Resources and Administration)**

La oficina esta integrada con las siguientes personas:

INTERVENTOR (Controller, Resources and Administration)  
JEFE DEL SISTEMA DE COMPUTADORAS (Head of Computer Systems)  
JEFE DE RECURSOS OPERACIONALES (Head of Operational Resources)  
JEFE DE ADMINISTRACION DE ULTRAMAR (Head of Overseas  
Administration)  
JEFE DE DESARROLLO, ADMINISTRACION DE ULTRAMAR (Development  
Manager, Overseas Administration)  
JEFE DE INSTALACIONES Y ADMINISTRACION (Head of Premises and  
Administration)  
ASISTENTE DE ADMINISTRACION (Assistant Head, Administration)  
ASISTENTE DE INSTALACIONES (Assistant Head, Premises)



**P.-RELACIONES INTERNACIONALES (International Relations)**

INTERVENTOR (Controller)

JEFE (Head)

**Q.-EMPRESAS DE LA BBC (BBC Enterprises Limited)**

La oficina cuenta con:

•  
JEFE EJECUTIVO (Chief Executive)

-----  
ANEXO NUMERO 3  
-----

OFERTA PROGRAMATICA DEL SERVICIO LATINOAMERICANO POR TEMAS:

Los programas informativos (1):

- 1.- Nombre del Programa: "ACTUALIDADES".
- 2.- Objetivo: Dar a conocer el punto de vista de la BBC, a través de sus comentaristas, sobre temas de relevancia mundial e informar profundamente sobre temas diversos.
- 3.- Género: Informativo-Noticioso.
- 4.- Estructura: 2 Secciones: 1ra. parte netamente informativa-noticiosa: "FRIMERA PLANA", referente a noticias de relevancia tanto local (Gran Bretaña) como internacional (las más importantes); y 2da. parte recreativa: Radio-Revista, con secciones de Deportes, Música, Literatura y Comentarios sobre temas de actualidad.
- 5.- Duración: 50 Minutos aproximadamente.
- 6.- Periodicidad: De Lunes a Viernes, 2 veces al día una versión.
- 7.- Horario: 18:25 y 21:10 de Lunes a Viernes tiempo de México, después de los Boletines de Información.
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno y una repetición el mismo día.
- 10.- Temática: Tópicos de actualidad y noticias más relevantes del día, los temas del momento, comentarios especializados, reportajes, entrevistas, música y deportes.

- 1.- Nombre del Programa: "BOLETIN INFORMATIVO".
- 2.- Objetivo: Dar un vistazo general a lo más relevante acontecido en el mundo.
- 3.- Género: Informativo-Noticioso
- 4.- Estructura: Noticiario: Teasser - Noticias detalladas-Teasser final.
- 5.- Duración: 10 minutos, dependiendo de la Información.
- 6.- Periodicidad: Diariamente, 4 emisiones.
- 7.- Horario: 18:15, 20:15, 21:00, y 22:00 horas, tiempo de México, diariamente.
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: 4 Servicios diariamente, se actualizan en cada transmisión.
- 10.- Temática: Información de la Gran Bretaña e Internacional en general.

-----  
(1) Los días y los horarios corresponden a el tiempo central de México.

- 1.- Nombre del Programa: "INFORMATIVO MATINAL".
- 2.- Objetivo: El punto de vista de la BBC sobre el panorama general del acontecer mundial.
- 3.- Género: Informativo Noticioso.
- 4.- Estructura: Noticiero.
- 5.- Duración: 30 Minutos.
- 6.- Periodicidad: Diario.
- 7.- Horario: 05:00 a 05:30 horas tiempo de México.
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Uno distinto cada día, este programa constituye la transmisión matutina del servicio latinoamericano en español.
- 10.- Temática: Reportaje internacional con despachos de corresponsales, entrevistas y una reseña de la prensa matutina británica.

- 1.- Nombre del Programa: "DESPACHOS Y COMENTARIOS".
- 2.- Objetivo: Dar a conocer el punto de vista de los corresponsales de la BBC sobre los sucesos más importantes del momento.
- 3.- Género: Informativo-Noticioso.
- 4.- Estructura: Un locutor da lectura al artículo de uno de los corresponsales de la BBC.
- 5.- Duración: 5 minutos.
- 6.- Periodicidad: diario (2 veces al día)
- 7.- Horario: 20:10 y 22:10 horas de lunes a domingo tiempo de México.
- 8.- Auditorio Intencional: General
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Uno distinto cada vez.
- 10.- Temática: Análisis a fondo de noticias del momento.

- 1.- Nombre del Programa: "EL MUNDO DE HOY".
- 2.- Objetivo: Ofrecer un panorama profundo y el punto de vista de la BBC, sobre los sucesos más importantes de la semana en el mundo.
- 3.- Género: Informativo-Noticioso.
- 4.- Estructura: Teaser-Información detallada con audios.
- 5.- Duración: 15 minutos.
- 6.- Periodicidad: 2 veces por semana, solo los Viernes.
- 7.- Horario: Viernes 19:15 y 20:45 horas tiempo de México.
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: El programa se repite el mismo día pero en diferentes horarios.
- 10.- Temática: Información de actualidad, noticias más relevantes de la semana.

- 1.- Nombre del Programa: "LA SEMANA ECONOMICA".
- 2.- Objetivo: Comentarios y puntos de vista sobre los temas económicos mundiales más relevantes de la semana.
- 3.- Género: Informativo-noticioso.
- 4.- Estructura: Varios comentarios documentados sobre temas distintos.
- 5.- Duración: 5 minutos.
- 6.- Periodicidad: Semanal 2 Veces el mismo día.
- 7.- Horario: Domingos 18:25 y 21:10 horas tiempo de México.
- 8.- Auditorio Intencional: General
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno y una repetición el mismo día.
- 10.- Temática: Economía.

- 1.- Nombre del Programa: "SIETE DIAS".
- 2.- Objetivo: Ofrecer el punto de vista de la BBC sobre los temas noticiosos más importantes de la semana, a nivel mundial.
- 3.- Género: Informativo-Noticioso.
- 4.- Estructura: Teasser-Información detallada con audios originales y comentarios.
- 5.- Duración: 15 minutos.
- 6.- Periodicidad: Semanal, domingos dos veces el mismo día.
- 7.- Horario: Domingos 19:00 y 21:15 horas tiempo de México.
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno y una repetición el mismo día.
- 10.- Temática: Los cronistas de la BBC comentan los temas más destacados de la semana.

- 1.- Nombre del Programa: "LA SEMANA EN AMERICA LATINA".
- 2.- Objetivo: Ofrecer un panorama de los sucesos más importantes de la semana ocurridos en la América Latina.
- 3.- Género: Informativo-Noticioso.
- 4.- Estructura: Noticiario.
- 5.- Duración: 15 Minutos.
- 6.- Periodicidad: Semanal 2 veces el sábado.
- 7.- Horario: Sábados 19:00 y 21:45 Horas tiempo de México.
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno y una repetición el mismo día.
- 10.- Temática: Noticias de Latinoamérica, política, economía, ecología, etc.

- 1.- Nombre del Programa: "PRIMERA PLANA".
- 2.- Objetivo: Difundir las noticias más relevantes del día.
- 3.- Género: Informativo-noticioso.
- 4.- Estructura: Noticiario.
- 5.- Duración: variable de 15 a 20 minutos.
- 6.- Periodicidad: de Lunes a Sábado 2 veces cada día.
- 7.- Horario: Después del Boletín informativo de las 18:15 y 21:00 horas tiempo de México.
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Este programa se encuentra integrado en las emisiones de Actualidades de Lunes a Viernes y en forma independiente los sábados (15 min.); el mismo día se difunden 2 versiones en horarios distintos.
- 10.- Temática: Comentarios de temas de actualidad en Gran Bretaña, los encabezados más importantes del día.

- 1.- Nombre del Programa: "PANORAMA".
- 2.- Objetivo: Profundizar en algún tema de interés general.
- 3.- Género: Informativo.
- 4.- Estructura: Monotemático, en series de varios programas, entrevistas y reportajes.
- 5.- Duración: 25 Minutos.
- 6.- Periodicidad: 2 veces por semana (Lunes y Sábado).
- 7.- Horario: 19:30 los Lunes y 20:35 los Sábados (T de México).
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: 2 Veces por semana.
- 10.- Temática: Tópicos de interés general, según los temas de actualidad

#### Los programas con información especializada:

- 1.- Nombre del Programa: "LA CIENCIA AL DIA".
- 2.- Objetivo: Difundir los adelantos Médicos, Técnicos y Científicos logrados en todo el Mundo especialmente en Gran Bretaña.
- 3.- Género: Informativo.
- 4.- Estructura: Noticiario (Multitemático).
- 5.- Duración: 15 Minutos.
- 6.- Periodicidad: 2 veces por semana, Lunes y Miércoles.
- 7.- Horario: 19:15 los Lunes y 20:15 los Miércoles (Hr. de Mex.).
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: 2 Veces a la semana, un estreno (Lunes) y una repetición (Miércoles).
- 10.- Temática: Adelantos Médicos, Técnicos y Científicos en todas partes del Mundo apegado a temas de actualidad.

- 1.- Nombre del Programa: "MUNDO AGRARIO".
- 2.- Objetivo: Difundir aspectos de relevancia agrícola y veterinaria tanto en la Gran Bretaña, como en todo el mundo.
- 3.- Género: Informativo.
- 4.- Estructura: Multitemático, Teaser al principio, incluye entrevistas e investigaciones.
- 5.- Duración: 15 min.
- 6.- Periodicidad: 2 veces por semana.
- 7.- Horario: Martes 19:15 y Jueves a las 20:45 hrs (T de Mex.)
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno el Martes, y una repetición los Jueves.
- 10.- Temática: Agropecuaria y Ecológica.

- 1.- Nombre del Programa: "INDUSTRIA Y TECNOLOGIA".
- 2.- Objetivo: Difundir los aspectos y los avances de la industria y la tecnología tanto británicas como mundiales.
- 3.- Género: Informativo.
- 4.- Estructura: Noticiario, reportajes (2 por lo menos en cada emisión) música entre cada sección.
- 5.- Duración: 15 Minutos.
- 6.- Periodicidad: 2 veces por semana, Martes y Jueves.
- 7.- Horario: 20:15 Martes y 19:15 Jueves tiempo de México.
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Estreno cada emisión.
- 10.- Temática: Industria y tecnología, todos los aspectos desde abonos para plantaciones hasta aviones y terremotos.

- 1.- Nombre del Programa: "LA MUJER EN EL MUNDO".
- 2.- Objetivo: Fortalecer la lucha femenina por ocupar su lugar en el mundo, mediante la difusión de aspectos y biografías de mujeres importantes.
- 3.- Género: Informativo.
- 4.- Estructura: Narración con entrevistas y reportajes.
- 5.- Duración: 15 Minutos.
- 6.- Periodicidad: Martes y Viernes.
- 7.- Horario: 19:45 los Martes y Viernes a las 20:15 (T de Mex.).
- 8.- Auditorio Intencional: Las Mujeres que escuchan el servicio latinoamericano de la BBC.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno los viernes y una repetición los martes.
- 10.- Temática: La mujer y su papel social, personajes femeninos relevantes y circunstancias de interés para las mujeres de latinoamerica y del mundo.

## Los programas culturales:

- 1.- Nombre del Programa: "LETRAS Y ARTES".
- 2.- Objetivo: Difundir un panorama cultural de la Gran Bretaña y resaltar sus diversas manifestaciones.
- 3.- Género: Cultural.
- 4.- Estructura: Noticiero cultural, incluye entrevistas, música e intervenciones especiales.
- 5.- Duración: 25 Minutos.
- 6.- Periodicidad: Semanal 2 veces el mismo día.
- 7.- Horario: Domingos a las 18:30 y a las 20:35 (T de Mex.).
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno y una repetición el mismo día.
- 10.- Temática: Cultura, música, arte, teatro, literatura, cine, etc.

- 1.- Nombre del Programa: "PAGINAS DE UN LIBRO".
- 2.- Objetivo: Difundir el quehacer literario Universal, y especialmente el Británico.
- 3.- Género: Cultural.
- 4.- Estructura: Narración junto con la caracterización a una sola voz, serial.
- 5.- Duración: 15 Minutos.
- 6.- Periodicidad: Dos veces por semana, Lunes y Miércoles.
- 7.- Horario: Lunes 20:15 y Miércoles: 19:45 horas (T. de Mex.).
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno miércoles, y una repetición los lunes, adaptación realizada por Guillermo León Ruiz.
- 10.- Temática: Diversas Obras literarias, Adaptación y Narración del Inglés al Español.

- 1.- Nombre del Programa: "EL LEGADO LITERARIO BRITANICO".
- 2.- Objetivo: Difundir los valores literarios de la Gran Bretaña y dar relevancia a sus escritores.
- 3.- Género: Cultural.
- 4.- Estructura: Series de programas descriptivos, tanto biográficos como operísticos.
- 5.- Duración: 15 Minutos.
- 6.- Periodicidad: Dos veces por semana (Lunes y Miércoles).
- 7.- Horario: Lunes 20:45 y Miércoles 19:30 hrs. (T.de Mex.).
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno los Lunes y una repetición los Miercoles.
- 10.- Temática: Epocas, personajes, obras del quehacer literario de la Gran Bretaña.

## Los programas de Interés General:

- 1.- Nombre del Programa: "HOLLYWOOD, FABRICA DE SUEÑOS".
- 2.- Objetivo: Dar a conocer algunos aspectos de la evolución cinematográfica en el mundo y resaltar las modalidades de esta actividad.
- 3.- Género: Espectáculos.
- 4.- Estructura: Reportaje Seriado, descriptivo-narrativo, con entrevista, musicalización.
- 5.- Duración: 15 Minutos.
- 6.- Periodicidad: 2 veces por semana, Martes y Jueves.
- 7.- Horario: Martes 19:30 y Jueves 20:15 tiempo de México.
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Estreno cada emisión.
- 10.- Temática: Pasajes anecdóticos o situaciones interesantes en la evolución cinematográfica, así como algunos aspectos y biografías de personajes del cinema mundial.

- 1.- Nombre del Programa: "AL FIE DEL BIG-BEN".
- 2.- Objetivo: Dar a conocer aspectos relevantes de la vida en la Gran Bretaña: turísticos, musicales, modas, curiosidades, etc..
- 3.- Género: Informativo-Musical.
- 4.- Estructura: Multi-temático, un tema central y varios con menos relevancia, se incluye una sección musical amplia.
- 5.- Duración: 15 Minutos.
- 6.- Periodicidad: 2 veces por semana (Martes y Sábados).
- 7.- Horario: Martes 20:45, Sábados 21:30 hrs. tiempo de México.
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno y una repetición.
- 10.- Temática: Aspectos diversos, moda, turismo, cosas curiosas, música, escándalos, en si pasajes cotidianos de la vida Británica.

- 1.- Nombre del Programa: "ENTRE EL TAMESIS Y LA HISTORIA".
- 2.- Objetivo: Dar a conocer los pasajes y los lugares históricos de la Gran Bretaña, con el fin de atraer la atención y resaltar el interés del auditorio sobre la gran tradición histórica y cultural de ese país.
- 3.- Género: Histórico-cultural.
- 4.- Estructura: Radio-Revista.
- 5.- Duración: 15 minutos.
- 6.- Periodicidad: Semanal (Sábados).
- 7.- Horario: 18:45 hrs. tiempo de México.
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno cada semana.
- 10.- Temática: Historia, tradiciones, cultura, pasajes anecdóticos de Londres y sus alrededores, con una descripción de la evolución histórica de esa Ciudad.



## Los programas Musicales:

- 1.- Nombre del Programa: "JAZZ DESDE LONDRES".
- 2.- Objetivo: Dar a conocer la evolución, algunos pasajes referentes a esta corriente musical, así como sus más fieles representantes.
- 3.- Género: Musical.
- 4.- Estructura: Serie, Música, acompañada de textos descriptivos; se presentan melodías completas.
- 5.- Duración: 15 minutos.
- 6.- Periodicidad: 2 veces por semana (Miércoles y Sábado).
- 7.- Horario: Miércoles a las 20:45 y los Sábados a las 20:15 hrs.
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno en cada emisión.
- 10.- Temática: Jazz.

- 1.- Nombre del Programa: "PENA LATINOAMERICANA".
- 2.- Objetivo: Difundir todo lo relacionado con el folklor latinoamericano, especialmente la música.
- 3.- Género: Musical.
- 4.- Estructura: Música acompañada de comentarios alusivos, se incluyen melodías completas, así como pláticas con corresponsales en latinoamérica que profundizan sobre algún tema en particular.
- 5.- Duración: 30 minutos.
- 6.- Periodicidad: Semanal.
- 7.- Horario: Jueves 19:30 hrs.
- 8.- Auditorio Intencional: El propio del servicio latinoamericano de la BBC.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Uno diferente cada ocasión.
- 10.- Temática: Folklor y manifestaciones musicales de América Latina.

- 1.- Nombre del Programa: "RITMO".
- 2.- Objetivo General: Difundir y dar mayor relevancia a las manifestaciones musicales tanto Británicas como internacionales.
- 3.- Género: Musical.
- 4.- Estructura: Música acompañada de comentarios- melodías completas y lectura de algunas cartas del auditorio- sección de las 10 mejores melodías de la semana.
- 5.- Duración: 45 minutos.
- 6.- Periodicidad: 2 veces por semana Sábados y Domingos.
- 7.- Horario: Sábados y Domingos a las 19:15 horas.
- 8.- Auditorio Intencional: Juvenil.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno los Sábados y una repetición los Domingos.
- 10.- Temática: Los éxitos musicales del momento en Gran Bretaña.

#### Los programas educativos:

- 1.- Nombre del Programa: "INGLES POR RADIO".
- 2.- Objetivo: Enseñanza del Inglés para difundir ese idioma como lengua universal.
- 3.- Género: Educativo.
- 4.- Estructura: Serie de lecciones bilingües, drama, etc.
- 5.- Duración: 15 Minutos.
- 6.- Periodicidad: de Lunes a Viernes.
- 7.- Horario: 20:30 Horas.
- 8.- Auditorio Intencional: General.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Lecciones previamente preparadas por el equipo de ENGLISH BY RADIO del World Service, Tres cursos elementales e intermedios, en cinco lecciones semanales alternas.
- 10.- Temática: La enseñanza del Inglés, distintos aspectos del idioma Inglés.

#### Los programas especiales para la correspondencia del auditorio.

- 1.- Nombre del Programa: "EL CIRCUITO".
- 2.- Objetivo: Estrechar la comunicación con el auditorio y entre el auditorio a través de su correspondencia.
- 3.- Género: Informativo.
- 4.- Estructura: Comentarios, lectura de cartas e intercambio de ideas y opiniones.
- 5.- Duración: 30 minutos.
- 6.- Periodicidad: 2 veces por semana (Viernes y Domingos).
- 7.- Horario: Viernes 19:30 y Domingos 21:30 hrs.
- 8.- Auditorio Intencional: Las personas que escriben al servicio latinoamericano de la BBC.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno los Viernes y una repetición los Domingos.
- 10.- Temática: La búsqueda de poner en contacto a los distintos escuchas del servicio latinoamericano así como comentarios sobre la correspondencia.

- 1.- Nombre del Programa: "RADIO CLUB LATINOAMERICANO".
- 2.- Objetivo: Abrir un espacio dentro de la programación a los diexistas del mundo para difundir temas referentes a las comunicaciones y la Radio.
- 3.- Género: Informativo.
- 4.- Estructura: Comentarios, reportajes y una sección en la que se responde a algunos cuestionamientos contenidos en la correspondencia del auditorio.
- 5.- Duración: 20 minutos.
- 6.- Periodicidad: 2 veces por semana (Miércoles y Domingo).
- 7.- Horario: Miércoles 19:10 y Domingos 20:15.
- 8.- Auditorio Intencional: Clubes y aficionados diexistas.
- 9.- Modalidad de Producción y Difusión: Uno distinto cada vez, el programa esta basado en dos aspectos: temas de comunicación y radio, y las demandas del auditorio a través de las correspondencia.
- 10.- Temática: Aspectos de radiodifusión por onda corta, comentarios científicos, así como dudas del auditorio al respecto.

En cuanto a la distribución programática, la relación diaria esta conformada de la siguiente manera:

LUNES	LUNES	
HORA GMT	HORA MEXICO	
11:00	05:00	INFORMATIVO MATINAL
11:30	05:30	CIERRE
-----		
MARTES	LUNES	
00:15	18:15	1er. BOLETIN INFORMATIVO
00:25	18:25	ACTUALIDADES
01:15	19:15	CIENCIA AL DIA
01:30	19:30	PANORAMA
02:00	20:00	2do. BOLETIN INFORMATIVO
02:10	20:10	DESPACHOS Y COMENTARIOS
02:15	20:15	PAGINAS DE UN LIBRO
02:30	20:30	INGLES POR RADIO
02:45	20:45	LEGADO LITERARIO BRITANICO
03:00	21:00	3er. BOLETIN INFORMATIVO
03:10	21:10	ACTUALIDADES
04:00	22:00	4to. BOLETIN INFORMATIVO
04:10	22:10	DESPACHOS Y COMENTARIOS
04:15	22:15	CIERRE

**MARTES****MARTES**

HORA GMT

HORA MEXICO

11:00

05:00

INFORMATIVO MATINAL

11:30

05:30

CIERRE

**MIERCOLES****MARTES**

00:15

18:15

1er. BOLETIN INFORMATIVO

00:25

18:25

ACTUALIDADES (PRIMERA PLANA)

01:15

19:15

MUNDO AGRARIO

01:30

19:30

HOLLYWOOD LA FABRICA DE SUEÑOS

01:45

19:45

LA MUJER EN EL MUNDO

02:00

20:00

2do. BOLETIN INFORMATIVO

02:10

20:10

DESPACHOS Y COMENTARIOS

02:15

20:15

INDUSTRIA Y TECNOLOGIA

02:30

20:30

INGLES POR RADIO

02:45

20:45

AL PIE DEL BIG-BEN

03:00

21:00

3er. BOLETIN DE INFORMACION

03:10

21:10

ACTUALIDADES

04:00

22:00

4to. BOLETIN INFORMATIVO

04:10

22:10

DESPACHOS Y COMENTARIOS

04:15

22:15

CIERRE

**MIERCOLES****MIERCOLES**

HORA GMT

HORA MEXICO

11:00

05:00

INFORMATIVO MATINAL

11:30

05:30

CIERRE

**JUEVES****MIERCOLES**

00:15

18:15

1er. BOLETIN INFORMATIVO

00:25

18:25

ACTUALIDADES

01:10

19:10

RADIO CLUB LATINOAMERICANO

01:30

19:30

LEGADO LITERARIO BRITANICO

01:45

19:45

PAGINAS DE UN LIBRO

02:00

20:00

2do. BOLETIN INFORMATIVO

02:10

20:10

DESPACHOS Y COMENTARIOS

02:15

20:15

LA CIENCIA AL DIA

02:30

20:30

INGLES POR RADIO

02:45

20:45

JAZZ DESDE LONDRES

03:00

21:00

3er. BOLETIN INFORMATIVO

03:10

21:10

ACTUALIDADES

04:00

22:00

4to. BOLETIN INFORMATIVO

04:10

22:10

DESPACHOS Y COMENTARIOS

04:15

22:15

CIERRE

JUEVES		JUEVES
HORA GMT	HORA MEXICO	
11:00	05:00	INFORMATIVO MATINAL
11:30	05:30	CIERRE
VIERNES		JUEVES
00:15	18:15	1er. BOLETIN INFORMATIVO
00:25	18:25	ACTUALIDADES
01:15	19:15	INDUSTRIA Y TECNOLOGIA
01:30	19:30	PENA LATINOAMERICANA
02:00	20:00	2do. BOLETIN INFORMATIVO
02:10	20:10	DESPACHOS Y COMENTARIOS
02:15	20:15	HOLLYWOOD LA FABRICA DE SUENOS
02:30	20:30	INGLES POR RADIO
02:45	20:45	MUNDO AGRARIO
03:00	21:00	3er. BOLETIN INFORMATIVO
03:10	21:10	ACTUALIDADES
04:00	22:00	4to. BOLETIN INFORMATIVO
04:10	22:10	DESPACHOS Y COMENTARIOS
04:15	22:15	CIERRE

VIERNES		VIERNES
HORA GMT	HORA MEXICO	
11:00	05:00	INFORMATIVO MATINAL
11:30	05:30	CIERRE
SABADO		VIERNES
00:15	18:15	1er. BOLETIN INFORMATIVO
00:25	18:25	ACTUALIDADES
01:15	19:15	EL MUNDO HOY
01:30	19:30	CIRCUITO
02:00	20:00	2do. BOLETIN INFORMATIVO
02:10	20:10	DESPACHOS Y COMENTARIOS
02:15	20:15	LA MUJER EN EL MUNDO
02:30	20:30	INGLES POR RADIO
02:45	20:45	EL MUNDO DE HOY
03:00	21:00	3er. BOLETIN INFORMATIVO
03:10	21:10	ACTUALIDADES
04:00	22:00	4to. BOLETIN INFORMATIVO
04:10	22:10	DESPACHOS Y COMENTARIOS
04:15	22:15	CIERRE

## SABADO

## SABADO

HORA GMT

HORA MEXICO

HORA GMT	HORA MEXICO	PROGRAMA
11:00	05:00	INFORMATIVO MATINAL
11:30	05:30	CIERRE

## DOMINGO

## SABADO

HORA GMT	HORA MEXICO	PROGRAMA
00:15	18:15	1er. BOLETIN INFORMATIVO
00:25	18:25	PRIMERA PLANA
00:45	18:45	ENTRE EL TAMESIS Y LA HISTORIA
01:00	19:00	LA SEMANA EN AMERICA LATINA
01:15	19:15	RITMO
02:00	20:00	2do. BOLETIN INFORMATIVO
02:10	20:10	DESPACHOS Y COMENTARIOS
02:15	20:15	JAZZ DESDE LONDRES
02:35	20:35	PANORAMA
03:00	21:00	3er. BOLETIN INFORMATIVO
03:10	21:10	PRIMERA PLANA
03:30	21:30	AL PIE DEL BIG-BEN
03:45	21:45	LA SEMANA EN AMERICA LATINA
04:00	22:00	4to. BOLETIN INFORMATIVO
04:10	22:10	DESPACHOS Y COMENTARIOS
04:15	22:15	CIERRE

## DOMINGO

## DOMINGO

HORA GMT

HORA MEXICO

HORA GMT	HORA MEXICO	PROGRAMA
11:00	05:00	INFORMATIVO MATINAL
11:30	05:30	CIERRE

## LUNES

## DOMINGO

HORA GMT	HORA MEXICO	PROGRAMA
00:15	18:15	1er. BOLETIN INFORMATIVO
00:25	18:25	SEMANA ECONOMICA
00:30	18:30	LETRAS Y ARTES
01:00	19:00	SIETE DIAS
01:15	19:15	RITMO
02:00	20:00	2do. BOLETIN INFORMATIVO
02:10	20:10	DESPACHOS Y COMENTARIOS
02:15	20:15	RADIO CLUB LATINOAMERICANO
02:35	20:35	LETRAS Y ARTES
03:00	21:00	3er. BOLETIN INFORMATIVO
03:15	21:15	SIETE DIAS
03:30	21:30	CIRCUITO
04:00	22:00	4to. BOLETIN INFORMATIVO
04:10	22:10	DESPACHOS Y COMENTARIOS
04:15	22:15	CIERRE

-----  
**ANEXO NUMERO 4**  
 -----

Actualmente la programación de Radio Mexico Internacional esta conformada de la siguiente manera:

**OFERTA PROGRAMATICA: Distribucion por día:**

----- **DOMINGO** -----

HORA (GMT)	HORA (MEX)	PROGRAMA
<b>VESPERTINO</b>	<b>MATUTINO</b>	
12:55	06:55	SEÑAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
13:15	07:15	MUSICA NUESTRA
13:30	07:30	ECOLOGIA HOY
14:00	08:00	EL NOTICARIO
14:30	08:30	LA ENTREVISTA DE HOY
15:00	09:00	RADIO CORREO DEL AIRE
15:30	09:30	MUSICA LATINA
16:00	10:00	CANTOS PARA NINOS
16:30	10:30	FLORA Y FAUNA DE MEXICO
17:00	11:00	DESPEDIDA

<b>NOCTURNO</b>	<b>VESPERTINO</b>	
19:55	13:55	SEÑAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
20:15	14:15	AQUI MEXICO
20:30	14:30	MEXICO TAURINO
20:45	14:45	EL POETA Y SU PALABRA
21:00	15:00	EL NOTICARIO
21:30	15:30	FLORA Y FAUNA DE MEXICO
22:00	16:00	RADIO CORREO DEL AIRE
22:30	16:30	LA MUSICA ROMANTICA DE MEXICO
23:00	17:00	LO QUE SE VE Y OYE EN LA CD DE MEX.
23:30	17:30	INSPIRACION Y SENTIMIENTO

<b>LUNES</b>	<b>DOMINGO NOCTURNO</b>	
00:00	18:00	LATINOAMERICA Y SUS CULTURAS
00:30	18:30	LEYENDAS DE MEXICO
01:00	19:00	CANTOS PARA CONTAR
01:30	19:30	VOCES DE MEXICO
02:00	20:00	EL NOTICARIO
02:30	20:30	MEXICO Y SU CULTURA
03:00	21:00	RADIO CORREO DEL AIRE
03:30	21:30	LA SEMANA DE BELLAS ARTES
04:00	22:00	LA HORA NACIONAL
05:00	23:00	DESPEDIDA

----- LUNES -----

HORA (GMT)	HORA (MEX)	PROGRAMA
<b>VESPERTINO</b>		
<b>MATUTINO</b>		
12:55	06:55	SEMAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
13:15	07:15	MUSICA NUESTRA
13:30	07:30	MEXICO TURISTICO
14:00	08:00	EL NOTICARIO
14:30	08:30	LA ENTREVISTA DE HOY
15:00	09:00	RADIO CORRED DEL AIRE
15:30	09:30	EL MUNDO DE LOS JOVENES
15:45	09:45	VOCES DE MEXICO
16:00	10:00	HISTORIA MUSICAL DE MEXICO
16:30	10:30	LEYENDAS DE MEXICO
17:00	11:00	DESPEDIDA

<b>NOCTURNO</b>		<b>VESPERTINO</b>
19:55	13:55	SEMAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
20:15	14:15	AQUI MEXICO
20:30	14:30	COMENTANDO LA NOTICIA
20:45	14:45	RIQUEZA ARQUITECTONICA DE MEXICO
21:00	15:00	EL NOTICARIO
21:30	15:30	LEYENDAS DE MEXICO
22:00	16:00	RADIO CORRED DEL AIRE
22:30	16:30	MEXICO TURISTICO
23:00	17:00	EL DEPORTE
23:30	17:30	CONCIERTO DE MUSICA MEXICANA

<b>MARTES</b>		<b>LUNES NOCTURNO</b>
00:00	18:00	HISTORIA MUSICAL DE MEXICO
00:30	18:30	UN VIAJE UNA HISTORIA
01:00	19:00	INSPIRACION Y SENTIMIENTO
01:30	19:30	EL MUNDO DE LOS JOVENES
01:45	19:45	VOCES DE MEXICO
02:00	20:00	EL NOTICARIO
02:30	20:00	MEXICO Y SU CULTURA
03:00	21:00	NUESTRA MUSICA
04:00	22:00	RADIO CORRED DEL AIRE
04:30	22:30	EL MUNDO CANTA CON MEXICO
05:00	23:00	DESPEDIDA



-----  
**MARTES**  
 -----

HORA (GMT)	HORA (MEX)	PROGRAMA
<b>VESPERTINO</b>	<b>MATUTINO</b>	
12:55	06:55	SEÑAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
13:15	07:15	MUSICA NUESTRA
13:30	07:30	MEXICO TURISTICO
14:00	08:00	EL NOTICARIO
15:30	08:30	LA ENTREVISTA DE HOY
15:00	09:00	RADIO CORREO DEL AIRE
15:30	09:30	EL MUNDO DE LOS JOVENES
15:45	09:45	VOCES DE MEXICO
16:00	10:00	HISTORIA MUSICAL DE MEXICO
16:30	10:30	MEXICO DEPORTIVO
17:00	11:00	DESPEDIDA
<b>NOCTURNO</b>	<b>VESPERTINO</b>	
19:55	13:55	SEÑAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
20:15	14:15	AQUI MEXICO
20:30	14:30	COMENTANDO LA NOTICIA
20:45	14:45	ARTESANIA MEXICANA
21:00	15:00	EL NOTICARIO
21:30	15:30	UN VIAJE UNA HISTORIA
22:00	16:00	RADIO CORREO DEL AIRE
22:30	16:30	MEXICO TURISTICO
23:00	17:00	CITA CON EL PENSAMIENTO
23:30	17:30	INSPIRACION Y SENTIMIENTO
<b>MIERCOLES</b>	<b>MARTES NOCTURNO</b>	
00:00	18:00	HISTORIA MUSICAL DE MEXICO
00:30	18:30	LO QUE SE VE Y SE OYE EN LA CIUDAD
01:00	19:00	EL ARTE DE LOS JOVENES
01:30	19:30	EL MUNDO DE LOS JOVENES
01:45	19:45	VOCES DE MEXICO
02:00	20:00	EL NOTICARIO
02:30	20:30	MEXICO Y SU CULTURA
03:00	21:00	RADIO CORREO DEL AIRE
03:30	21:30	LA ENTREVISTA DE HOY
04:00	22:00	EL MARIACHI SUENA
04:15	22:15	VIDA AL AIRE LIBRE
04:30	22:30	MAS DE UNA VOZ
05:00	23:00	DESPEDIDA

----- MIERCOLES -----

HORA (GMT)	HORA (MEX)	PROGRAMA
<b>VESPERTINO</b>		
12:55	06:55	SEÑAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
13:15	07:15	MUSICA NUESTRA
13:30	07:30	MEXICO TURISTICO
14:00	08:00	EL NOTICARIO
14:30	08:30	LA ENTREVISTA DE HOY
15:00	09:00	RADIO CORREO DEL AIRE SECC. DX
15:30	09:30	EL MUNDO DE LOS JOVENES
15:45	09:45	VOCES DE MEXICO
16:00	10:00	HISTORIA MUSICAL DE MEXICO
16:30	10:30	ECOLOGIA HOY
17:00	11:00	DESPEDIDA
<b>NOCTURNO</b>		
19:55	13:55	SEÑAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
20:15	14:15	AQUI MEXICO
20:30	14:30	COMENTANDO LA NOTICIA
20:45	14:45	VIDA AL AIRE LIBRE
21:00	15:00	EL NOTICARIO
21:30	15:30	LO QUE SE VE Y SE OYE EN LA CD. MEX.
22:00	16:00	RADIO CORREO DEL AIRE SECC. DX
22:30	16:30	MEXICO TURISTICO
23:00	17:00	REENCUENTROS CON LA HISTORIA
23:30	17:30	CONCIERTO DE MUSICA MEXICANA
<b>JUEVES</b>		
<b>MIERCOLES NOCTURNO</b>		
00:00	18:00	HISTORIA MUSICAL DE MEXICO
00:30	18:30	MEXICO DEPORTIVO
01:00	19:00	INSPIRACION Y SENTIMIENTO
01:30	19:30	EL MUNDO DE LOS JOVENES
01:45	19:45	VOCES DE MEXICO
02:00	20:00	EL NOTICARIO
02:30	20:30	MEXICO Y SU CULTURA
03:00	21:00	RADIO CORREO DEL AIRE SECC. DX
03:30	21:30	LA ENTREVISTA DE HOY
04:00	22:00	MUSICA POPULAR E INDIGENA DE MEXICO
04:15	22:15	LA CHARRERIA
04:30	22:30	EL MUNDO CANTA CON MEXICO
05:00	23:00	DESPEDIDA

----- JUEVES -----

HORA (GMT)	HORA (MEX)	PROGRAMA
<b>VESPERTINO</b>	<b>MATUTINO</b>	
12:55	06:55	SEÑAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
13:15	07:15	MUSICA NUESTRA
13:30	07:30	MEXICO TURISTICO
14:00	08:00	EL NOTICARIO
14:30	08:30	LA ENTREVISTA DE HOY
15:00	09:00	RADIO CORREO DEL AIRE
15:30	09:30	EL MUNDO DE LOS JOVENES
15:45	09:45	VOCES DE MEXICO
16:00	10:00	HISTORIA MUSICAL DE MEXICO
16:30	10:30	LOS LIBROS TIENEN LA PALABRA
17:00	11:00	DESPEDIDA
<b>NOCTURNO</b>	<b>VESPERTINO</b>	
19:55	13:55	SEÑAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
20:15	14:15	AQUI MEXICO
20:30	14:30	COMENTANDO LA NOTICIA
20:45	14:45	HOMBRES Y MUJERES DE MEXICO
21:00	15:00	EL NOTICARIO
21:30	15:30	LOS LIBROS TIENEN LA PALABRA
22:00	16:00	RADIO CORREO DEL AIRE
22:30	16:30	MEXICO TURISTICO
23:00	17:00	MEXICO DEPORTIVO
23:30	17:30	INSPIRACION Y SENTIMIENTO
<b>VIERNES</b>	<b>JUEVES NOCTURNO</b>	
00:00	18:00	HISTORIA MUSICAL DE MEXICO
00:30	18:30	CUEVAS DE MEXICO
01:00	19:00	EL ARTE DE LOS JOVENES
01:30	19:30	EL MUNDO DE LOS JOVENES
01:45	19:45	VOCES DE MEXICO
02:00	20:00	EL NOTICARIO
02:30	20:30	MEXICO Y SU CULTURA
03:00	21:00	RADIO CORREO DEL AIRE
03:30	21:30	LA ENTREVISTA DE HOY
04:00	22:00	EL MARIACHI SUENA
04:15	22:15	RIQUEZA ARQUITECTONICA DE MEXICO
04:30	22:30	MAS DE UNA VOZ
05:00	23:00	DESPEDIDA

----- VIERNES -----

HORA (GMT)	HORA (MEX)	PROGRAMA
<b>VESPERTINO</b>		
<b>MATUTINO</b>		
12:55	06:55	SEÑAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
13:15	07:15	MUSICA NUESTRA
13:30	07:30	MEXICO TURISTICO
14:00	08:00	EL NOTICARIO
14:30	08:30	LA ENTREVISTA DE HOY
15:00	09:00	RADIO CORREO DEL AIRE
15:30	09:30	EL MUNDO DE LOS JOVENES
15:45	09:45	VOCES DE MEXICO
16:00	10:00	HISTORIA MUSICAL DE MEXICO
16:30	10:30	UN VIAJE UNA HISTORIA
17:00	11:00	DESPEDIDA
<b>NOCTURNO</b>		
<b>VESPERTINO</b>		
19:55	13:55	SEÑAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
20:15	14:15	AQUI MEXICO
20:30	14:30	COMENTANDO LA NOTICIA
20:45	14:45	LA CHARRERIA
21:00	15:00	EL NOTICARIO
21:30	15:30	MEXICO DEPORTIVO
22:00	16:00	RADIO CORREO DEL AIRE
22:30	16:30	MEXICO TURISTICO
23:00	17:00	REVISTA SEMANAL
23:30	17:30	CONCIERTO DE MUSICA MEXICANA
<b>SABADO</b>		
<b>VIERNES NOCTURNO</b>		
00:00	18:00	HISTORIA MUSICAL DE MEXICO
00:30	18:30	LOS LIBROS TIENEN LA PALABRA
01:00	19:00	INSPIRACION Y SENTIMIENTO
01:30	19:30	EL MUNDO DE LOS JOVENES
01:45	19:45	VOCES DE MEXICO
02:00	20:00	EL NOTICARIO
02:30	20:30	MEXICO Y SU CULTURA
03:00	21:00	RADIO CORREO DEL AIRE
03:30	21:30	LA ENTREVISTA DE HOY
04:00	22:00	MUSICA POPULAR E INDIGENA DE MEXICO
04:15	22:15	HOMBRES Y MUJERES DE MEXICO
04:30	22:30	EL MUNDO CANTA CON MEXICO
05:00	23:00	DESPEDIDA

-----  
**SABADO**  
 -----

HORA (GMT)	HORA (MEX)	PROGRAMA
<b>VESPERTINO</b>	<b>MATUTINO</b>	
12:55	06:55	SEÑAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
13:15	07:15	MUSICA NUESTRA
13:30	07:30	CUEVAS DE MEXICO
14:00	08:00	EL NOTICIARIO
14:30	08:30	LA ENTREVISTA DE HOY
15:00	09:00	RADIO CORREO DEL AIRE SECC. DX
15:30	09:30	MEXICO TAURINO
15:45	09:45	VOCES DE MEXICO
16:00	10:00	CANTOS PARA NIÑOS
16:30	10:30	LO QUE SE VE Y SE OYE EN LA CIUDAD
17:00	11:00	DESPEDIDA

<b>NOCTURNO</b>	<b>VESPERTINO</b>	
19:55	13:55	SEÑAL DE ESTACION, HIMNO NACIONAL
20:15	14:15	AQUI MEXICO
20:30	14:30	COMENTANDO LA NOTICIA
21:00	15:00	EL NOTICIARIO
21:30	15:30	CUEVAS DE MEXICO
22:00	16:00	RADIO CORREO DEL AIRE SECC. DX
22:30	16:30	MEXICO TAURINO
22:45	16:45	LA MUSICA ROMANTICA DE MEXICO
23:00	17:00	SONES Y CANCIONES
23:30	17:30	INSPIRACION Y SENTIMIENTO

<b>DOMINGO</b>		<b>SABADO NOCTURNO</b>
00:00	18:00	ECOLOGIA HOY
00:30	18:30	FLORA Y FAUNA DE MEXICO
01:00	19:00	EL ARTE DE LOS JOVENES
01:30	19:30	VOCES DE MEXICO
02:00	20:00	EL NOTICIARIO
02:30	20:30	MEXICO Y SU CULTURA
03:00	21:00	RADIO CORREO DEL AIRE SECC. DX.
03:30	21:30	LA ENTREVISTA DE HOY
04:00	22:00	EL MARIACHI SUENA
04:15	22:15	EL POETA Y SU PALABRA
04:30	22:30	MAS DE UNA VOZ
05:00	23:00	DESPEDIDA

-----  
**ANEXO NUMERO 5**  
-----

Para darnos una mejor idea de cuales son las producciones que integran su barra programática, a continuación veremos las realizaciones más representativas de cada género.

**RUBRO INFORMATIVO (1)**

- 1.-Nombre de la serie: "EL NOTICIARIO"
- 2.-Objetivo: Difundir un panorama completo del diario acontecer en nuestro país y el mundo.
- 3.-Género: Informativo.
- 4.-Estructura: Noticiario: Teaser, información de primera plana, nacional e internacional, editorial, sección deportiva, reportaje, teaser final.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 21 emisiones a la semana.
- 7.-Horario: Lunes a Domingo de 08:00 a 08:30, de 15:00 a 15:30 y de 20:00 a 20:30 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Programa producido por la Dirección del Sistema Nacional de Noticiarios del IMER.
- 10.-Temática: Todo lo que sea noticias de interés general.

- 1.-Nombre de la serie: "REVISTA SEMANAL"
- 2.-Objetivo: Difundir un resumen semanal del panorama informativo tanto de nuestro país como del mundo.
- 3.-Género: Informativo.
- 4.-Estructura: Resumen informativo semanal: Teaser, información de primera plana, sección nacional, sección internacional, Editorial y sección deportiva.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: Una emisión a la semana.
- 7.-Horario: Viernes de 17:00 a 17:30 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Programa producido por la Dirección del Sistema Nacional de Noticiarios del IMER.
- 10.-Temática: la noticias de interés general más relevantes ocurridas durante la semana.

-----  
(1) Horarios correspondientes al tiempo central de México.

- 1.-Nombre de la serie: "COMENTANDO LA NOTICIA".
- 2.-Objetivo: Dar un punto de vista sobre las noticias más importantes del día, tanto de México como del Mundo.
- 3.-Género: Informativo.
- 4.-Estructura: Información de primera plana, tanto nacional como internacional, comentada por el periodista Julio Gonzalez Garza.
- 5.-Duración: 30 minutos en su emisión sabatina y 15 minutos de Lunes a Viernes.
- 6.-Periodicidad: 6 emisiones a la semana.
- 7.-Horario: Lunes a Viernes de 14:30 a 14:45, y Sábados de 14:30 a 15:00 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Programa producido por la Dirección del Sistema Nacional de Noticiarios del IMER.
- 10.-Temática: Noticias de interés general especialmente las concernientes a la América Latina.

#### RUBRO ESPARCIMIENTO:

- 1.-Nombre de la serie: "CANTOS PARA CONTAR"
- 2.-Objetivo: Difundir la música mexicana dedicada a los niños y dar a conocer la obra de mexicanos que se dedican a la recreación infantil.
- 3.-Género: Música Infantil.
- 4.-Estructura: se cuenta un cuento, después del cual se cantan canciones y se hacen comentarios alrededor del cuento.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: Semanal
- 7.-Horario: Domingos de las 19:00 a 19:30 horas.
- 8.-Auditorio intencional: Infantil
- 9.-Modalidad de producción y difusión: Programas previamente grabados.
- 10.-Temática: Entretenimiento.

- 1.-Nombre de la serie: "MUSICA NUESTRA".
- 2.-Objetivo General: Dar a conocer los valores musicales mexicanos y difundir la música mexicana en general.
- 3.-Género: Musical.
- 4.-Estructura: Cada pieza musical se acompaña con una viñeta.
- 5.-Duración: 15 minutos.
- 6.-Periodicidad: Uno diario, 7 veces a la semana.
- 7.-Horario: 07:15 a 07:30 Horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Los discos con un listado se entregan en cabina junto con sus viñetas respectivas que son leídas por el locutor en turno.
- 10.-Temática: Entretenimiento.

- 1.-Nombre de la serie: "AQUI MEXICO".
- 2.-Objetivo: Dar a conocer los valores musicales mexicanos y difundir nuestro folklore musical por estados o regiones.
- 3.-Género: Musical.
- 4.-Estructura: Cada pieza musical se acompaña con una viñeta.
- 5.-Duración: 15 minutos.
- 6.-Periodicidad: Diario, 7 veces a la semana.
- 7.-Horario: 14:15 a 14:30 Horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Los discos con un listado se entregan en cabina junto con sus viñetas respectivas, las cuales son leídas por el locutor en turno.
- 10.-Temática: Entretenimiento.

- 1.-Nombre de la serie: "MAS DE UNA VOZ".
- 2.-Objetivo: Dar a conocer los valores musicales Mexicanos, especialmente las interpretaciones de los Duetos, Trios, Cuartetos, y otros grupos nacionales que han hecho época.
- 3.-Género: Musical.
- 4.-Estructura: Cada pieza se acompaña con una viñeta.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 3 días a la semana.
- 7.-Horario: Martes, Jueves y Sábados de 22:30 a 23:00 Horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Los discos con un listado se entregan en cabina junto con sus viñetas respectivas, las cuales son leídas por el locutor en turno.
- 10.-Temática: Entretenimiento.

- 1.-Nombre de la serie: "LA MUSICA ROMANTICA DE MEXICO".
- 2.-Objetivo: Dar a conocer los valores musicales mexicanos y difundir la música romántica que durante varias generaciones se ha producido en nuestro país.
- 3.-Género: Musical.
- 4.-Estructura: Cada pieza musical se acompaña con una viñeta.
- 5.-Duración: 30 minutos y una versión de 15 minutos.
- 6.-Periodicidad: 2 veces por semana.
- 7.-Horario: Domingos 16:30 a 17:00 hrs. y Sábados de 16:45 a 17:00 hrs.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Los discos con un listado se entregan en cabina junto con sus respectivas viñetas, las cuales son leídas por el locutor en turno.
- 10.-Temática: Entretenimiento.



- 1.-Nombre de la serie: "INSPIRACION Y SENTIMIENTO".
- 2.-Objetivo: Dar a conocer los valores musicales mexicanos, y difundir la obra de nuestros compositores y la interpretación que ellos mismos hacen a sus creaciones.
- 3.-Género: Musical.
- 4.-Estructura: Cada pieza se acompaña con una viñeta.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 7 veces a la semana (Dom. Mart. Juev. Sab.)
- 7.-Horario: Dom. Mart. Juev. y Sab. de 17:30 a 18:00 hrs. y Lunes, Miércoles y Viernes de 19:00 a 19:30 hrs.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Los discos con un listado se entregan en cabina junto con sus viñetas respectivas, las cuales son leídas por el locutor en turno.
- 10.-Temática: Entretenimiento.

- 1.-Nombre de la serie: "MUSICA POPULAR E INDIGENA DE MEXICO".
- 2.-Objetivo: Dar a conocer las manifestaciones musicales indígenas y populares de nuestro país, en sus distintas épocas.
- 3.-Género: Esparcimiento: narrativo-Musical.
- 4.-Estructura: Cada pieza musical se acompaña de una viñeta que describe las características de la interpretación que ser trate.
- 5.-Duración: 15 minutos.
- 6.-Periodicidad: 2 veces a la semana.
- 7.-Horario: Miércoles y Viernes de 22:00 a 22:15 hrs.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: La serie esta integrada por 76 programas, se transmite uno en cada ocasión, al terminarla se repetirá.
- 10.-Temática: Cultura musical de México.

- 1.-Nombre de la serie: "HISTORIA MUSICAL DE MEXICO".
- 2.-Objetivo: Difundir el quehacer musical de nuestro país. Llevar a cabo un análisis profundo de los géneros, los autores y los intérpretes de la música popular de México.
- 3.-Género: Musical.
- 4.-Estructura: Programa conducido por el maestro Juan S. Garrido, reconocido musicólogo y director de orquesta.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 10 veces por semana.
- 7.-Horario: Lunes a Viernes de 10:00 a 10:30 y de 18:00 a 18:30 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Programa oficial.
- 10.-Temática: Músico-cultural.

- 1.-Nombre de la serie: "SONES Y CANCIONES".
- 2.-Objetivo General: Difundir la música popular mexicana de todas las épocas, con el fin de promover e impulsar nuestros valores musicales.
- 3.-Género: Musical.
- 4.-Estructura: Información sobre el género musical o la época a tratar, incluyendo datos biográficos de piezas musicales que ejemplifican el tema.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: una vez por semana.
- 7.-Horario: Sábados de 17:00 a 17:30 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Programa oficial.
- 10.-Temática: Música-histórica.

#### RUBRO CULTURAL:

- 1.-Nombre de la serie: "EL POETA Y SU PALABRA".
- 2.-Objetivo: Dar a conocer a los poetas mas representativos de nuestro país y difundir sus obras así como sus trayectorias.
- 3.-Género: Cultural-Foético.
- 4.-Estructura: Programa que de manera narrada expresa la vida de los poetas mas sobresalientes del país; asimismo se incluye alguna pieza poética representativa del autor que se este tratando.
- 5.-Duración: 15 minutos.
- 6.-Periodicidad: Dos veces por semana.
- 7.-Horario: Domingos de 14:45 a 15:00 horas y Sábados de 22:15 a 22:30 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Programa pre-grabado, un original y una repetición.
- 10.-Temática: Cultural.

- 1.-Nombre de la serie: "HOMBRES Y MUJERES DE MEXICO".
- 2.-Objetivo: Dar a conocer la vida de personajes relevantes de nuestro país y que han forjado la historia de México.
- 3.-Género: Cultura-Dramático.
- 4.-Estructura: Dramatización de pasajes de la vida de algún personaje.
- 5.-Duración: 15 minutos.
- 6.-Periodicidad: Dos veces por semana.
- 7.-Horario: Jueves de 14:45 a 15:00 y Viernes de 22:15 a 22:30 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Un estreno y una Repetición.
- 10.-Temática: Histórico-cultural.

- 1.-Nombre de la serie: "LATINOAMERICA Y SUS CULTURAS".
- 2.-Objetivo: Difundir información referente a los rasgos culturales de los grupos autóctonos del subcontinente latinoamericano, así como la cultura de los grupos indígenas del país sus cuentos y leyendas, con el fin de sensibilizar al público en general, para que revalorice la cultura de los grupos indígenas del país, hablando de sus características culturales sobresalientes de cada comunidad, como son sus cuentos y leyendas etc.
- 3.-Género: Cultural (Narrativo y Dramatización).
- 4.-Estructura: Esta constituido por 3 programas diferentes, que a su vez forman 3 secciones:
  - Latinoamérica y sus culturas
  - Nosotros
  - El cuento indígena I
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: Una vez a la semana.
- 7.-Horario: Domingos de 18:00 a 18:30 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Publico.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: De la serie integrada por 50 programas se postproducirán del No. 37 al 50. Al terminar de transmitir el No. 50 de repetirá la serie desde el programa 1.
- 11.-Temática: Cultura.

- 1.-Nombre de la serie: "EL ARTE DE LOS JOVENES".
- 2.-Objetivo: Difundir al exterior las actividades artísticas en las que jóvenes mexicanos destacan o intervienen, con el fin de apoyar, estimular y difundir su trabajo artístico.
- 3.-Género: Cultural -Entrevista-.
- 4.-Estructura: Presentación del entrevistado. -Diálogo con el mismo.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 7.-Periodicidad: 3 veces por semana.
- 8.-Horario: Martes, Jueves y Sábados de 19:00 a 19:30 horas.
- 9.-Auditorio Intencional: Jóvenes.
- 10.-Modalidad de Producción y Difusión: Un original y dos repeticiones.
- 11.-Temática: Cultura, Arte.

- 1.-Nombre de la serie: "ARTESANIA MEXICANA".
- 2.-Objetivo : Dar a conocer y difundir, por estados, la riqueza de la producción artesanal del país.
- 3.-Género: Cultural.
- 4.-Estructura: Narración llevada a cabo por 2 locutores.
- 5.-Duración: 15 minutos.
- 6.-Periodicidad: Una emisión a la semana.
- 7.-Horario: Martes de 20:45 a 21:00 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Uno distinto cada día, serie que se recicla constantemente.
- 10.-Temática: Las diversas manifestaciones del quehacer artesanal del país.

- 1.-Nombre: "LO QUE SE VE Y SE OYE EN LA CIUDAD DE MEXICO".
- 2.-Objetivo: Dar a conocer a la Ciudad de México como ciudad de gran desarrollo cultural, difundir la mayor cantidad de eventos culturales que están en cartelera como: Teatro, Danza, Exposiciones, etc.
- 3.-Género: Cultural.
- 4.-Estructura: Se reseñan los eventos que se presentan durante la semana en que se transmite el programa, se hace incapie en la expresión cultural mexicana.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 4 veces por semana.
- 7.-Horario: Sábados 10:30 a 11:00 hrs., Miércoles de 15:30 a 16:00, Domingos de las 17:00 a las 17:30 y Martes de 18:30 a 19:00 hrs.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Cada semana se estrena un programa, mismo que se retransmite en los demás horarios de la misma semana.
- 10.-Temática: Cartelera Cultural.

- 1.-Nombre de la serie: "LA ENTREVISTA DE HOY".
- 2.-Objetivo: Difundir al exterior el desarrollo, las actividades, los intereses y las inquietudes de mexicanos destacados en cualquier campo del quehacer humano.
- 3.-Género: Cultural.
- 4.-Estructura: Presentación del entrevistado. -Diálogo con el mismo.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 12 veces por semana.
- 7.-Horario: Lunes a Domingos de 08:30 a 09:00 hrs. y de Martes a Sábado de las 21:30 a las 22:00 hrs.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidades de Producción y Difusión: Retransmisiones cíclicas.
- 11.-Temática: Multiple.

- 1.-Nombre de la serie: "LEYENDAS DE MEXICO".
- 2.-Objetivo: Dar a conocer las leyendas y tradiciones orales populares, por estados, que han surgido a través del tiempo y que forman parte del acervo cultural del país.
- 3.-Género: Cultural.
- 4.-Estructura: Presentación de la leyenda. -Narración dramatizada de la misma.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: Tres veces por semana.
- 7.-Horario: Domingos de 18:30 a 19:00 Lunes de 10:30 a 11:00 y de 15:30 a 16:00 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Programas producidos que se encuentran en constante reciclaje.
- 10.-Temática: Tradiciones y Costumbres populares.

- 1.-Nombre de la serie: "UN VIAJE, UNA HISTORIA".
- 2.-Objetivo: Preservar los valores en que se funda la identidad nacional, ser instrumento de la educación y la cultura populares y brindar los elementos necesarios para una justa apreciación del papel de los grupos étnicos en la historia de México.
- 3.-Género: Cultural.
- 4.-Estructura: Radio-revista.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 3 veces por semana.
- 7.-Horario: Viernes de 10:30 a 11:00, Martes de 15:30 a 19:00 y Lunes 18:30 a 19:00 hrs.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Serie incluida dentro de los programas oficiales, esta a cargo de la dirección de producción del IMER.
- 10.-Temática: Hechos y situaciones históricas.

- 1.-Nombre de la serie: "LOS LIBROS TIENEN LA PALABRA"
- 2.-Objetivo: Ser un instrumento de la educación y cultura populares y difundir las obras más destacadas de los principales autores mexicanos.
- 3.-Género: Cultural.
- 4.-Estructura: Radio-revista.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 3 veces por semana.
- 7.-Horario: Jueves de 10:30 a 11:00 y de 15:30 a 16:00, así como los Viernes de 18:30 a 19:00 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Programa Oficial.
- 10.-Temática: Literatura.

- 1.-Nombre de la serie: "CITA CON EL PENSAMIENTO".
- 2.-Objetivo: Serie informativa que busca divulgar el conocimiento técnico, científico y humanístico, basada en investigaciones acreditadas y en opiniones de especialistas en el tema.
- 3.-Género: Cultural.
- 4.-Estructura: Investigación complementada por una entrevista.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: una vez por semana.
- 7.-Horario: Martes de las 17:00 a 17:30 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidades de Producción y Difusión: Programa oficial.
- 10.-Temática: Científico-Tecnológico.

- 1.-Nombre de la serie: "REENCUENTROS CON LA HISTORIA".
- 2.-Objetivo: Difundir y dar conocer los hechos históricos poco conocidos de nuestro país, en una forma anecdótica.
- 3.-Género: Cultural.
- 4.-Estructura: Dramatización.
- 5.-Duración: 30 Minutos.
- 6.-Periodicidad: una vez por semana.
- 7.-Horario: Miércoles de 17:00 a 17:30 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Programa oficial.
- 10.-Temática: Historia.

#### RUBRO ORIENTACION:

- 1.-Nombre de la serie: "RIQUEZA ARQUITECTONICA DE MEXICO".
- 2.-Objetivo: Dar a conocer las diversas construcciones más importantes o representativas de cada estado de la República, resaltando sus características arquitectónicas, históricas y étnicas más importantes o representativas de cada Estado de la República.
- 3.-Género: Orientativo.
- 4.-Estructura: Se describen las construcciones más importantes o representativas de cada estado, entremezclando hechos históricos y/o actividades que se desarrollaron en dichas construcciones.
- 5.-Duración: 15 minutos.
- 6.-Periodicidad: 2 veces a la semana.
- 7.-Horario: Lunes 14:45 a 15:00 y Jueves de 22:15 a 22:30 hrs.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Serie reciclada.
- 10.-Temática: Cultura, arquitectura, turismo, etc..

- 1.-Nombre de la serie: "CUEVAS DE MEXICO".
- 2.-Objetivo: Dar a conocer las cavidades más importantes que existen en México, con el fin de promover el turismo hacia nuestro país, mediante la difusión de los aspectos más interesantes desde el punto de vista científico y turístico, además se dan la recomendaciones pertinentes para su visita.
- 3.-Género: Orientación.
- 4.-Estructura: Narración llevada a cabo por locutores.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 3 veces por semana.
- 7.-Horario: Jueves de 18:30 a 19:00 y Sábados de 07:30 a 08:00 y de 15:30 a 16:00.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Serie en constante reciclamiento.
- 10.-Temática: Turismo-Orientación.

- 1.-Nombre de la serie: "MEXICO TAURINO".
- 2.-Objetivo: Difundir la fiesta brava, mediante el conocimiento de los aspectos históricos, anecdóticos y biográficos que la conforman.
- 3.-Género: Orientación.
- 4.-Estructura: Narración efectuada por un erudito en la materia.
- 5.-Duración: 15 minutos.
- 6.-Periodicidad: 3 emisiones semanales.
- 7.-Horario: Sábados de 09:30 a 09:45 y de 16:30 a 19:45 y Domingos de 14:30 a 14:45 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: estreno y repeticiones.
- 10.-Temática: Las corridas en las plazas de toros más relevantes del país, historia, anécdotas, etc.

- 1.-Nombre de la serie: "ECOLOGIA HOY".
- 2.-Objetivo: Difundir la protección ecológica y dar a conocer los esfuerzos y actividades que los mexicanos están haciendo para la conservación del ambiente en beneficio del ser humano y la preservación de su calidad de vida.
- 3.-Género: Orientación.
- 4.-Estructura: Se habla de un tema en especial con la participación de algún especialista en el tema.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 3 veces por semana.
- 7.-Horario: Domingos de 07:30 a 08:00, Sábados de 18:00 a 18:30 y Miércoles de 10:30 a 11:00 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Serie en constante retransmisión.
- 10.-Temática: Ecología.

- 1.-Nombre de la serie: "VIDA AL AIRE LIBRE".
- 2.-Objetivo: Fomentar el turismo a los puntos de mayor interés, en nuestro país.
- 3.-Género: Orientación.
- 4.-Estructura: Locutores describen mediante un texto el lugar del que se está hablando.
- 5.-Duración: 15 minutos.
- 6.-Periodicidad: Dos emisiones semanales.
- 7.-Horario: Martes de 22:15 a 22:30 y Miércoles de 14:45 a 15:00 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidades de Producción y Difusión: Serie en constante retransmisión.
- 10.-Temática: Turismo.

- 1.-Nombre de la serie: "FLORA Y FAUNA DE MEXICO".
- 2.-Objetivo: Dar a conocer los especímenes vegetales y animales de nuestro país.
- 3.-Género: Orientación.
- 4.-Estructura: Entrevista a especialistas sobre un tema especial.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 3 veces por semana.
- 7.-Horario: Domingos de 10:30 a 11:00 y de 15:30 a 16:00, así como los Sábados de 18:30 a 19:00 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Misma emisión se transmite en los distintos horarios.
- 10.-Temática: Zoología y Botánica.

- 1.-Nombre de la serie: "MEXICO TURISTICO".
- 2.-Objetivo: Promover el turismo a través de la difusión de las bellezas naturales y los principales puntos de interés turístico de cada estado de la República.
- 3.-Género: Orientación.
- 4.-Estructura: Descripción de diversos atractivos turísticos por medio de un recorrido por la zona que se trate.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 10 veces por semana de lunes a viernes.
- 7.-Horario: de 07:30 a 08:00 y de 16:30 a 17:00 de lunes a viernes.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Se realizan en vivo por el locutor en turno.
- 10.-Temática: Turismo y lugares de interés en nuestro país.

- 1.-Nombre de la serie: "EL MUNDO DE LOS JOVENES".
- 2.-Objetivo: Establecer intercambio de cualquier tipo entre los jóvenes mexicanos y los jóvenes del mundo.
- 3.-Género: Orientación.
- 4.-Estructura: Se divide en tres secciones:
  - Se habla sobre un tema de interés general.
  - Se da lectura a cartas de jóvenes que se interesan en algún tipo de intercambio o en las que se expresan su opinión sobre diferentes tópicos.
  - Entre las secciones se difunde música mexicana compuesta e interpretada por jóvenes.
- 5.-Duración: 15 minutos.
- 6.-Periodicidad: 10 veces a la semana.
- 7.-Horario: de Lunes a Viernes de 09:30 a 09:45 y de 19:30 a 19:45 hrs.
- 8.-Auditorio Intencional: Jóvenes.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: El locutor en turno lee un guion.
- 10.-Temática: La problemática de la juventud.



- 1.-Nombre de la serie: "EL DEPORTE".
- 2.-Objetivo: Brindar al auditorio un panorama sobre la práctica del deporte amateur en nuestro país.
- 3.-Género: Orientación.
- 4.-Estructura: Consta de tres secciones: reseña e información sobre el tema a tratar; reportaje sobre la situación actual de ese deporte en el país y sus perspectivas a futuro, y finalmente, una entrevista a un deportista amateur sobre la práctica que desarrolla.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: una vez por semana.
- 7.-Horario: Lunes de 17:00 a 17:30 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público, interesados en la práctica del deporte.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Programa oficial.
- 10.-Temática: Informativo-deportivo.

#### RUBRO CORRESPONDENCIA

- 1.-Nombre de la serie: "RADIO CORREO DEL AIRE".
- 2.-Objetivo: Estimular al radioescucha a que establezca comunicación con la radiodifusora para poder determinar sus inquietudes y gustos.
- 3.-Género: Contacto con el auditorio (Retroalimentación).
- 4.-Estructura: Se da lectura a cada una de las cartas que integran el programa, comentandola y respondiendo las solicitudes de información específica. Entre carta y carta se intercalan viñetas informativas acerca de los diversos puntos de interés que nuestro país ofrece.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 15 veces a la semana.
- 7.-Horario: Domingos, lunes, martes, jueves y viernes de 09:00 a 09:30 y de 16:00 a 16:30 horas; domingos, martes, jueves, y viernes de 21:00 a 21:30 horas; así como lunes de 22:00 a 22:30 hrs.
- 8.-Auditorio Intencional: Todo Público.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Para el programa matutino se selecciona y ordena la correspondencia a la que se da lectura durante esa emisión, a la cual se le anexan las respuestas e información correspondientes, así como viñetas de apoyo, todo lo cual es comentado por el locutor en turno. La misma correspondencia es utilizada en las emisiones del mismo día.
- 10.-Temática: Información y demandas del auditorio.

- 1.-Nombre de la serie: "RADIO CORREO DEL AIRE SECCION DIEXISTA".
- 2.-Objetivo: Estimular al público diexista a que establezca comunicación con la radiodifusora, con el fin de racabar sus informes de recepción, los cuales auxilian tanto a la Gerencia como al Departamento de Transmisiones del IMER para evaluar la calidad de la señal, de acuerdo a distintas características, así como la cobertura de la misma durante las diferentes épocas del año.
- 3.-Genero: Correspondencia Informativo y Epistolar.
- 4.-Estructura: Se da lectura a cada una de las cartas que integran el programa, comentandola y respondiendole a la información solicitada, entre cada carta se intercala información diexista.
- 5.-Duración: 30 minutos.
- 6.-Periodicidad: 6 veces a la semana.
- 7.-Horario: Miércoles y Sábados de 09:00 a 09:30; de 16:00 a 16:30 y de 21:00 a 21:30 horas.
- 8.-Auditorio Intencional: Público con interés en el diexismo.
- 9.-Modalidad de Producción y Difusión: Para el programa matutino se selecciona y ordena la correspondencia a la que se dará lectura durante esa emisión, a esta se anexan las respuestas e información correspondientes para que sea comentada por el locutor en turno. La misma correspondencia e información es utilizada en las otras emisiones del día.
- 10.-Temática: Información especial para los aficionados a la onda corta.

ANEXO NUMERO 6

Relación de correspondencia durante 1988 por origen:

Zona	Continente	País	Estado	Origen			
				Radio Correo	D.X.	Clubes DX	Radio O.C.
<b>NORTEAMERICA (123):</b>							
2		CANADA	Edmonton	1			
4			Quebec		1		
4			Ontario	1	2		
6		EUA	California	4			
7			Iowa	4	1		
7			Mississippi		1		
7			Tennessee	2			
7			Texas	3	1		
7			Utah	1			
8			Alabama		1		
8			Illinois	1	2		
8			Massachus.		1		
8			N. Jersey	1			
8			N. York	2			
8			Pennsylvania	3			
8			Virginia		1		
8			Washington	1			
8			Wisconsin	2			
10		MEXICO	Ags.	8			
10			B.C.	1	1		
10			Campeche		1	1	
10			Chihuahua	1	1		
10			Coahuila	6	2		
10			Colima	2			
10			D.F.	5	7	1	
10			Durango	1	1		
10			Edo. Mex.	3	1		
10			Guanajuato	1			
10			Guerrero	2			
10			Jalisco	3	2		
10			Michoacán	5	3		
10			Nuevo León	1			
10			Oaxaca	7	1		
10			Puebla	6	1		
10			Quintana Roo		1		
10			S.L.P.	1			
10			Tabasco		1		
10			Tamaulipas	1	1		
10			Veracruz	3	1		
10			Zacatecas	1	1		

Zona	Continente	País	Estado	Origen			
				Radio Correo	D.X.	Clubes DX	Radio O.C.
CENTROAMERICA (15):							
11		COST.RICA	Perez Zaled.	1			
11		El SALVAD.	Ilopango	1			
11			Santa Anna	1			
11			Sta. Marta U.	1			
11		GUATEMALA	Guatemala	3			
11			Quetzaltenan.	1			
11		HONDURAS	Tegucigalpa	1	1		
11		NICARAGUA	Tipitapa	1			
11		PANAMA	Panamá	4			

Zona	Continente	País	Estado	Origen			
				Radio Correo	D.X.	Clubes DX	Radio O.C.
CARIBE (22):							
11		ANT.HOL.	Bonaire				5
11		CUBA	La Habana	12	2	1	
11			Holguin	1			
			I.de la Juv.	1			

Zona	Continentes	País	Estado	Origen			
				Radio Correo	D.X.	Clubes DX	Radio D.C.
<b>SUDAMERICA (104):</b>							
12		<b>BOLIVIA</b>	Cochabamaba	1			
12		<b>COLOMBIA</b>	Antioquia	3			
12			Biron	2			
12			Bogotá	2			
12			Cucuta	1			
12			Guajira	1			
12			Sanata Ander	1			
12			Medellín	1		4	
12		<b>ECUADOR</b>	Canar	1			
12			Guayaquil		1		
12		<b>PERU</b>	Junin	1			
12			Lima	22			
12			Pirua	1			
12		<b>VENEZ.</b>	Aragua	1			
12			Barqui Sim.	1			
12			Caracas	1	1		
12			Valencia	1			
12			Yayacuy	1			
13		<b>BRASIL</b>	Ceara	1	2		
14		<b>ARGENT.</b>	Bnos. Aires	11			
14			Cordoba		1		
14			Ituzaingo		1		
14			M.de la Plat.			1	
14			Rio Negro	1	3		
14			Santa Fé	1			
14		<b>CHILE</b>	Coyhique	1			
14			La Caldera	1			
14			Melirilla	1			
14			Nuble	1			
14			Santiago		1		
14			Talca	1			
14		<b>PARAGUAY</b>	Asunción	1			
14		<b>URUGUAY</b>	D.Canelones	1			
14			Florida	1			
14			Montevideo	7	1	7	2
14			Salto	2			
15		<b>BRASIL</b>	Tremembe	1			
15			Sao Paulo	2	1		
16		<b>CHILE</b>	Ancud	2			

Zona	Continente	País	Estado	Origen			
				Radio Correo	D.X.	Clubes DX	Radio O.C.
<b>EUROPA (57):</b>							
18		FINLAND.	Helsinki				2
27		BELGICA	Boom	1			
27			Rijkeyorsel	1			
27		FRANCIA	Rodez	4			
27			Malakoff		1		
27		HOLAND.	Hilversum				5
27			Eindhoven		1		
28		ALEM.F				1	
28		ALEM.F.	Bielfepeld	1			
28			Duseldorf	1			
28			Erzingen		1		
28			Frechen	1			
28			Hamburgo	1			
28			Kissing		1		
28			Koln				4
28			Maintal	1			
28		AUSTRIA	Kadfenberg	1			
28			Kapeenberg		1		
28		HUNGRIA	Korvin	3			
28			Retel: Utca	1			
28		ITALIA	Bologna	1			
28			Camaiore		1		
28			Roma				3
28			Taranto		3		
37		ESPANA	Alboraia	1			
37			Almeria	1			
37			Barcelona	4			
37			Guipuzcoa	2			
37			Huelva	1			
37			Málaga	1			
37			Mancor	1			
37			Salamanca	1			
37			Valencia	2	2		

Zona	Continente	País	Estado	Origen		
				Radio Correo	D.X.	Radio Clubes DX O.C.
AFRICA (44):						
37		MARRUEC.	Casa Blca.	1		
52		ANGOLA	Benguela	31		
53		MOZAMB.	Chimoio	2		
53			Beira	9		
53			Macuti	1		

Zona	Continente	País	Estado	Origen		
				Radio Correo	D.X.	Radio Clubes DX O.C.
ASIA (12):						
39		ISRAEL	Rejovot	1		
39		JORDAN	Jerusalem			2
40		IRAN	Teherán	1		
41		INDIA	Gorakhpur	2		
45		JAPON	Konaguwa	1		
45			Tokio			4
54		INDONES.	Malag	1		

# **BIBLIOGRAFIA**



## BIBLIOGRAFIA

1.- STONE, Pablo. "LA RADIO"; Editorial Olimpo, México 1978.

2.- DAHL, Peter. "DETRAS DE TU APARATO DE RADIO ESTA TU ENEMIGO DE CLASE"; en "De las Ondas Rojas a las Radio Libres".

3.- BASSETS, Lluís. "DE LAS ONDAS ROJAS A LAS RADIOS LIBRES".

4.- INTERNATIONAL BROADCASTING AND AUDIENCE RESEARCH, Londres, Junio de 1988.

5.- WORLD RADIO AND TELEVISION RECEIVERS, BBC, Londres, Junio de 1988.

6.-PALAU, Burton, "BRITISH BROADCASTING IN TRANSITION", Londres, McMillan, 1961.

7.- BBC, Annual Reports and Accounts 1987-1988; BBC, Londres, 1988.

8.- BBC, Broadcasts to the World. BBC, External Services Publicity, Londres 1987.

9.- "VOICE OF THE WORLD", BBC World Service Publicity, Londres, 1987.

10.- "WORLD RADIO & TELEVISION HANDBOOK, 1987" Billboard Publications, Inc., Londres, 1987.

11.- Prontuario de Comunicaciones y Transportes 1986, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, México, 1986.

12.- Reporte RD20-00, "Estadística de Radiodifusión en Operación por Entidad Federativa y Localidad", junio de 1987, SCyT, México, 1987.

13.- Memoria 1970-1976 de la Sub-Secretaría de Radiodifusión. Dirección General de Investigación y Desarrollo, SCyT, México 1976.