

Cosa de magia

La producción
radiofónica Pág.3



Editorial

Antes que nada, permítanme compartir mi entusiasmo como servidora pública nombrada por el titular del Ejecutivo y la Secretaría de Educación Pública como directora general de este muy querido e importante Instituto Mexicano de la Radio.

Pág.2

Palabras al oído

Pág.4

El guión como medio para
comunicar una idea

Fonotecas a tu servicio

Pág.8



Perspectivas

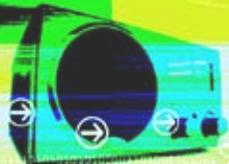
Desde la voz

Pág.5

Radiodifusión Digital

Pág.7

Cuando la
tecnología
nos alcance



Mujer

y periodismo
radiofónico

Pág.6

Directorio

Dirección General

Lic. Ana Cecilia Terrazas Valdés

Dirección de

Administración y Finanzas

Lic. Marien Corral Vargas

Dirección de Comercialización

Ing. Julio de Bottón Orué

Dirección de Ingeniería

Ing. Miguel Fernández Arias

Dirección de Investigación de la Comunicación Radiofónica

Lic. Alejandro Joseph Esteinou

Dirección de Producción

Lic. Maricruz Zamora Rodríguez
(encargada)

Dirección de Radiodifusoras

Lic. Javier Arath Cortés Javier
(encargado)

Dirección del Sistema Nacional de Noticiarios

Lic. Mario Campos Cortés
(encargado)

Unidad Jurídica

Lic. Griselda Gutiérrez Mora

Órgano Interno de Control

Lic. Erick Núñez Albarrán.

Editorial

Antes que nada, permítanme compartir mi entusiasmo como servidora pública nombrada por el titular del Ejecutivo y la Secretaria de Educación Pública como directora general de este muy querido e importante Instituto Mexicano de la Radio. A muchos tengo el gran gusto de conocer y a otros más conoceré en el camino. Sin demasiadas palabras por ahora, sería bueno poner aquí en este medio para todos nosotros, lo que se prevé sean las grandes líneas de retos para este 2009 y algunas propuestas conceptuales de trabajo:

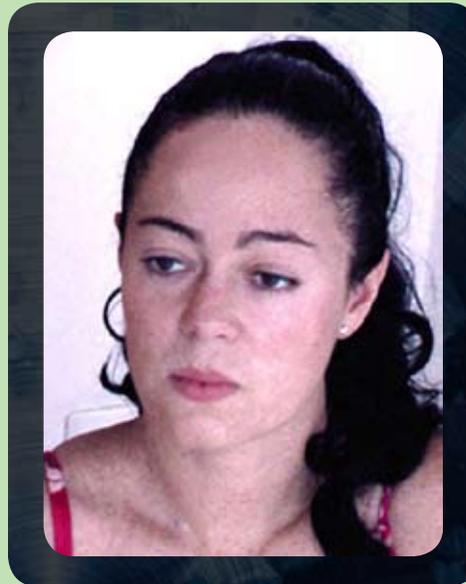
En términos de generación de ingresos propios, el panorama general es difícil y con entidades de gobierno habrá que redoblar esfuerzos de venta y difusión en un periodo de tiempo más corto antes de que inicien y después de concluidas campañas electorales.

En función de los contenidos noticiosos, la coyuntura político-electoral nos estimula para continuar un proyecto fundamentado en el equilibrio y avalado por la credibilidad hasta ahora obtenida.

En materia de pautados del Instituto Federal Electoral, está puesto el compromiso y el talento creativo para cumplir con la ley sin alterar el respeto por nuestras muy distintas audiencias.

En materia de autorregulación, participación ciudadana y redefiniciones jurídicas en torno de los medios de Estado llamados públicos, el IMER podrá acompañar con la experiencia recabada y aportaciones documentales los

Ana Cecilia Terrazas Valdés



Es licenciada en Comunicación por la Universidad Iberoamericana. Tiene diplomados en Periodismo de Investigación por el IIE y la *Forum Foundation*; en Letras y Creación Literaria por el Claustro de Sor Juana y en Corrección de Estilo por la Casa Universitaria del Libro.

En julio de 2002, asumió el cargo de Directora del *Sistema Nacional de Noticiarios* del Instituto Mexicano de la Radio. Reestructuró la imagen y contenido de los informativos para hacerlos afines a la esencia de una radio de Estado de servicio público. Para tal fin desarrolló el *Código de ética y manual práctico de estilo radiofónico del SNN*.

Es integrante del Consejo Editorial Consultivo de la Agencia de Noticias del Estado Mexicano, *Notimex*, para el cual ha trabajado las bases éticas de periodismo al servicio del Estado.

Ha colaborado con publicaciones nacionales como el periódico *Reforma* y las revistas *Viceversa*, *Emeequis*, *Fractal*, *Cambio*, *Travesías* y *Letras Libres*. Así como diarios internacionales como el de Basilea, Suiza y el *Courrier International* de París, Francia.

Desde el miércoles 18 de febrero es Directora del Instituto Mexicano de la Radio.

debates entre principios comunicacionales indiscutibles, las funciones sociales de servicio público y la operación práctica posible.

En el rubro de inversión este año estamos en posibilidades de remontar el rezago tecnológico del Instituto en un pequeño pero relevante porcentaje.

Finalmente, los contenidos radiofónicos de interés público continuarán siendo la prioridad al mismo tiempo que procuraremos preservar y mejorar

lo que ya se tiene. El reto fundamental se centra en apuntalar la curiosidad por el conocimiento entre nuestras audiencias. Buscamos invitar al radioescucha habitual a comprender, aprender y reflexionar a partir de su programa favorito, desde cada una de las 17 emisoras ya sea en la capital del país o en el interior de la república.

Ana Cecilia Terrazas Valdés
Directora General

Día Internacional de la Mujer

El 8 de marzo, en todos los continentes, incluso aquellos separadas por fronteras nacionales y diferencias étnicas, lingüísticas, culturales, económicas y políticas se celebra el *Día de la Mujer* un testimonio de la lucha en pro de la igualdad, la justicia, la paz y el desarrollo para todos los seres humanos porque quien lucha por un trato igualitario no considera un género en específico, en su mente está la armonía de la persona humana.

El IMER celebra con esas personas a través de la programación de cada una de sus estaciones y, en conjunto, con la difusión de una serie de *spots* acerca de mujeres mexicanas exitosas, poniendo el acento en las que hoy en día se mantienen activas y vigentes.

Este número de *Cue* da voz a algunas de las cientos de mujeres talentosas que trabajan en el IMER pero va dedicado a todas las personas que con respeto y solidaridad enriquecen la labor del Instituto.



Cosa de magia

La producción radiofónica

Por: Brenda Mesa Robles

La radio brinda a los escuchas un momento alternativo dentro de su realidad, por eso, saber incorporar cada una de las características que dan forma y sentido a una producción radiofónica se vuelve una tarea fundamental. "Para mí hacer radio, es hacer magia", señala **Claudia Ortigoza, Jefa de Programas Institucionales en el IMER**. Se trata, "de mezclar ordenada y planeadamente, en una olla, cada uno de los elementos de la producción para que aparezca el producto radiofónico que al final presentamos a nuestros oyentes".

Ingredientes para la olla mágica:

1. La idea y su formato. Primero es necesario definir el tema que se va a tratar. Dentro del IMER existe la valiosa oportunidad de presentar los contenidos en diversos formatos, ya sean programas, cápsulas o *spots*, dependiendo del objetivo que persiga el proyecto radiofónico.

2. La audiencia. Cuando se elige el tema y junto con el equipo de producción se ha decidido el mejor formato de presentación, se debe tomar en cuenta la audiencia a quien va dirigido el contenido, es decir, si le hablaremos a niños, adultos, personas mayores, etc. Mientras más delimitemos las peculiaridades de los escuchas y pensemos la forma como el público recibirá el contenido, mejor les llegará el mensaje.

3. El guión y la escaleta. El guión permite crear un mensaje directo y preciso. Sirve para cuidar el correcto uso del lenguaje, a fin evitar posibles imprecisiones que resulten excluyentes hacia los diferentes grupos de escuchas. Las producciones del IMER deben cuidar especialmente este ingrediente y brindar un beneficio social a los escuchas.

Sin duda esta cualidad distingue y hace la diferencia en todos nuestros contenidos. La escaleta la utilizan personas expertas en el tema, que únicamente necesitan recordar ciertas palabras clave como son: nombre del programa, tema, invitados, frecuencia, teléfonos y todo aquello que nunca debe olvidar durante la transmisión.



4. La voz. Es la imagen auditiva del programa, por ello la elección de cada una, es relevante. Siempre hay que pensar en el tipo de voz que requiere el programa según su propósito; por ejemplo, necesario un tono formal, amable, femenino, masculino, infantil, etcétera.

5. La dirección. Es una parte interesante que tiene su encanto, ya que un buen productor(a) posee la capacidad de transmitir e involucrar al cien por ciento a los locutores en su papel, sacar lo mejor de ellos es clave, así el resultado será el imaginado en la idea inicial. Al dirigir moldeamos la voz y el estado de ánimo del locutor hasta conseguir un buen producto sonoro; por eso la voz es como plastilina, al trabajarla obtenemos la intención

esperada; si se quiere una voz cansada quizá el productor pida que el locutor corra por todo el estudio de grabación hasta obtener el resultado deseado.

6. La música. Es —en sí misma—, un lenguaje que introduce a las personas a múltiples atmósferas. Gracias a ella estimulamos la imaginación y agregamos intencionalidad a nuestro proyecto radiofónico. Podemos despertar sensaciones de miedo por medio de los tonos bajos, por ejemplo.

7. Los efectos sonoros. Van de la mano con la música, dando mayor riqueza a la producción. Hay que saber jugar con ellos y ponerlos en el lugar y momento precisos.

8. Pluralidad. El IMER da voz a los diversos grupos sociales, propicia espacios donde las personas exponen sus puntos de vista, participan y expresan aquello que les agrada o no. Aquí no vemos a los escuchas sólo como una medida de *rating*, sino como personas que proponen. A través de los contenidos les decimos: Tú que nos sintonizas eres importante.

9. La calidad. Por sencillo que sea el producto radiofónico cada detalle cuenta. Es fundamental explotar al máximo la creatividad e imaginación a fin de atrapar la atención de los oyentes y ofrecerles formatos atractivos.

10. Ensamble y acomodo de los elementos. Cuando las voces ya están grabadas y limpias de errores, la música y los efectos seleccionados, entonces es momento de ordenar cada parte y obtener un producto final rico y hechizante así los radioescuchas tendrán el poder de encender la radio para disfrutar la magia que encierra su emisión favorita.

Palabras al oído



Por: Georgina Tapia*

El guión como medio para comunicar una idea

Un guión no es simplemente un texto, aunque esté perfectamente redactado. Para que pueda llamarse **guión** debe de manejar el lenguaje radiofónico, el adecuado uso de términos técnicos, sugerir música, efectos, pausas, silencios e intenciones.

Una condición esencial debe de ser lograr en cada promocional, cápsula o programa una entrada atractiva, que atrape al radioescucha y lo motive a quedarse hasta el final. Para ello hay que tener un objetivo claro, realizar investigación sobre el tema, y dejar que la creatividad surja; después -si hay tiempo- explorar ideas, estilos para comunicar el mensaje, sin olvidar jamás al destinatario. Y es precisamente el público quien nos dará la pauta del lenguaje a manejar, la forma y el estilo idóneo para crear empatía.

Los guiones deben ajustarse a un tiempo determinado: 20, 30, 60 segundos; 27 ó 54 minutos. Siempre hay límite para el tiempo de entrega y para la cantidad de

frases, palabras y temas a abordar. Así que un requisito esencial es ajustarse a la fecha de entrega (producción agradece recibir los guiones con anticipación), y a la duración solicitada, ni más ni menos.

Escribir guiones exige tener capacidad y actitud para comunicar. En ese sentido lo importante no es deslumbrar a los productores, locutores y escuchas con frases y palabras difíciles de entender. Tampoco de utilizar un vocabulario pobre, pero sí de manejar una sintaxis sencilla, un lenguaje fácil de entender, palabras que permitan a la primera o única pasada, comprender lo que dijimos.

El destino de un guión es ser escuchado, no leído. Nunca estará de más leer en voz alta lo que se escribe, para sentir el ritmo sonoro, detectar frases artificiosas, largas, cacofonías, y encontrar la naturalidad y la riqueza del lenguaje. Comparar y redondear cantidades y cifras facilita el entendimiento al radioescucha y evita distracciones.

Y no es asunto fácil anteponer los intereses, las expectativas y necesidades del público al del guionista, para entablar un diálogo. Siempre existe la tentación de mostrar cuán cultos somos, cuántas palabras poco comunes conocemos y el rechazo absoluto a la crítica. Al respecto, vale la pena recordar a Gabriel García Márquez: "el guionismo es un oficio de humildad. Para nada se necesita más humildad en este mundo que para ejercer con dignidad el oficio de guionista... ¿Quién fue el que dijo aquello de que *si me llega la inspiración me encontrará escribiendo*? Ése sabía lo que decía. Los diletantes pueden darse el lujo de mariposear, de pasarse la vida saltando de una cosa a otra sin ahondar en ninguna, pero nosotros no. El nuestro es un oficio de galeotes, no de diletantes."

*Georgina Tapia es Jefa del Departamento de Guionismo.

Perspectivas



Desde la voz

Cada día las 17 estaciones del IMER abren sus micrófonos para dejar pasar una voz. La responsabilidad no es pequeña pues cada una nos representa a todos. En este número de *Cue*, cinco de las voces más escuchadas de la radio nos hablan de su experiencia.



Ariadna Montañez

"A siete años de haber iniciado mi carrera como locutora, todavía no me la creo", admite Ari quien se ha especializado en el género del metal. De lunes a viernes, ella tiene que demostrar a su audiencia lo que ésta ya le reconoce: que ha crecido como profesional frente al micrófono. Para la titular de *Sangriento* la clave para mantener fresco un programa diario y un espacio de dos horas los fines de semana es: "La preparación; estar atento a lo que sucede alrededor del mundo de la música y del tema que dominas. Eso y una buena dosis de modestia y humildad, para que puedas reconocer que no tienes todas las respuestas.

"Siempre hay muchas cosas que decir y me admira, en particular, la cantidad de gente atenta a lo que tienes que decir. El reto, por supuesto, es decir cosas que valgan la pena".

Ileana Rodríguez

"Cuando empecé a trabajar en radio me moría de los nervios; del pánico. Acabé en el hospital con gastritis". Cuatro días

más tarde Recluta salió fortalecida de la experiencia. "Me recuperé y estoy segura que de no ser por mi trabajo en radio jamás habría podido hacer televisión".

En el camino se aprenden muchas cosas. "En mi nuevo horario, por ejemplo, he tenido que acoplarme al trabajo conjunto. Yo siempre había estado sola... lo que tiene sus ventajas: podía elegir la canción que iba a tocar, abrir el micrófono el tiempo que yo determinaba,



todo era a mi ritmo. Ahora -con Sopitas-, tenemos que armar el programa juntos, ponernos de acuerdo sobre los temas y lograr una interacción que -al aire- se escuche como la plática informal que tienen dos amigos que se encuentran para compartir la música y los contenidos que nos interesan".

Elvira R. Liceaga

Elvis se integró formalmente a la carta programática de *Reactor* en abril de 2008. "Por conducir el último programa antes de la barra nocturna de especializados, me siento responsable de cerrar de la manera más agradable posible el día de

los escuchas. Procuero crear un ambiente de tranquilidad -hasta medio zen- y acompañar a la audiencia mientras va rumbo a casa o hace la tarea.



"Por el momento mi turno tiene más música que contenido, pero me he estado formando para darle un giro una vez que crezca más como locutora. Conciencia social, libros y música son la mezcla ideal para mí. Cuando alguien me llama para comentar la novela que recomendé o para decirme que se involucró con alguna causa como voluntario, siento una gran satisfacción. He logrado una buena relación con mi público, creo que tiene que ver con que soy honesta, es decir, cuento lo que me pasa, lo que hago, me expongo sin rebasar límites, claro, pero creo que eso hace que la gente sienta empatía conmigo".



Clauzzen Hernández

"Para mí una virtud que todo locutor debe tener es la sencillez. Es la única forma en que puedes comunicarte con el público sin las barreras que impone la arrogancia. Otra es el estudio; la investigación constante es fundamental. El locutor no puede presumir que lo sabe todo. Siempre hay algo nuevo que aprender y sobre todo de los escuchas. En mi carrera me ha funcionado así. No hay que tener miedo de aprender de quien

sintoniza. Ese tipo de retroalimentación es una de las principales condiciones para que la gente que se sienta mucho más relacionada con uno”.

De acuerdo con la conductora de *Hexen*, también “tienes que amar lo que haces para poder defender lo que haces. La gente sigue el programa porque nota que es real, es decir, que lo vivo, que pongo la música en la que creo; que la escena oscura va más allá e incluye literatura, arte... es una forma de percibir el mundo y es grato encontrarse con personas afines a esa idea”.

Gabriela Tapia

“A mí *Zona Libre* me transformó. Siempre tuve una conciencia social -de hecho por eso me enganchó la idea de hacer un programa como éste- pero mi experiencia

en radio había sido distinta. Me tomó un año aprender a ceder el micrófono al especialista, a escuchar sin juzgar -tanto a los expertos como a la audiencia-, a preparar los programas y oírlos después



para ser autocrítica. Afortunadamente, cuento con el apoyo del Consejo Nacional de Población que se ha preocupado por

capacitarme y por producir un programa muy lejano a tantos *realities* que hay hoy día.

“105.7 es una frecuencia que ya tomaron los jóvenes, la hicieron suya y nuestra obligación es darles lo mejor. En cuestión musical, cultural... todo. La oferta puede ser muy distinta pero siempre es rica: Está Ariadna que habla de metal; El Zopi que además de tratar un género específico te introduce a una forma de vida como es el reggae; *Beatle* que forma audiencias a través de la voz de un joven *fan* de una música que no le tocó vivir sino revivir; la barra de la noche, única en el cuadrante y desde luego *Zona Libre* que está por cumplir 25 años de informar a los jóvenes. Lo interesante de *Reactor* es eso: te da *todas las alternativas...* tú eliges”.

Mujer

y periodismo radiofónico



Por: Nora Patricia Jara*

En la última década los espacios noticiosos y de análisis de la radio pública han incrementado la presencia de las mujeres en la titularidad de programas que informan y hacen opinión. En los medios con misión y visión de servicio las profesionales de la comunicación han encontrado, también, oportunidad para ejercer la dirección y administración de sus recursos hasta el más alto nivel.

Si bien en los medios de comunicación privados las voces femeninas son destacadamente reconocidas, en los “otros medios” como los que promueven la cultura, la educación y la información como un derecho de las audiencias, las mujeres ocupan direcciones generales y gerencias. Producen, conducen y realizan contenidos. Son subdirectoras y jefas de departamento, tanto en las áreas administrativas como en las de operación incluso, cada vez más, intervienen en los departamentos de ingeniería, donde hasta hace poco su presencia era nula.

Este avance resultado de cuatro décadas de trabajo ha sido importante para las mujeres, sus voces en el caso de la radio, son protagonistas de nuevos espacios y formas de expresión que buscan comunicar, informar o manifestar -desde otra perspectiva-, la realidad de hoy.

Según el Consejo Nacional de Población en el año 2010 las mujeres sumarán 56.7 millones, lo que significa que representarán mucho más de la mitad de la población total del país; hecho que impacta ya, a los medios de comunicación donde nuestra participación -en los últimos 25 años- ha aumentado 50.1 por ciento, según la agencia CIMAC Noticias.

La labor de las mujeres ha ganado protagonismo en áreas que hasta hace poco se consideraban exclusivas para hombres, incluso contra la errónea percepción de que sus voces eran menos creíbles que las de sus compañeros, relegándolas a un segundo plano. Pese a ello, en este inicio de siglo las comunicadoras han afianzado su presencia al frente de programas informativos y de interés

general, además de los espacios confinados a los temas *tradicionales para su género*, mismos que se han alimentado con la participación de asociaciones, redes y organismos no gubernamentales.

Así las mujeres impulsan y contribuyen al desarrollo y la convivencia de una sociedad que ha demostrado que es diversa y plural. De ahí la importancia de reconocer que en años recientes se ha avanzado en el reto de visibilizar el trabajo y contribución de las comunicadoras.

Actualmente prender la radio significa introducirse a un mundo de creación artística, cultural e informativa que también, por vez primera, es interpretado desde la perspectiva de las mujeres; ya sea para traducir la realidad, moldear percepciones, valores, conductas, reflejar gustos, modas, necesidades, demandas y cuestionar o derribar estereotipos que son obstáculos a su desarrollo.

La tarea no ha sido sencilla ha significado sacrificios y profesionalización de las mujeres que han decidido afrontar retos que incluso para la autoridad son titánicos, como la creación de espacios donde se reafirme su potencial dentro de una sociedad que busca reconocerse como más igualitaria.

*Nora Patricia Jara es titular de Antena Radio Express noticiario que se transmite a las 14:00 horas (centro) por 12 emisoras del Instituto.

Apuntes de la Radio



Radiodifusión Digital

Por Ing. Miguel Fernández*

Cuando la
tecnología
nos alcance



El progreso de la tecnología de audio se estancó durante algún tiempo porque sólo se hicieron desarrollos en parte de ella. Se invirtió mucho dinero para mejorar la calidad del sonido, pero nada en medios para transmitirlo. Se podría decir que desde la invención del transistor la radio no había tenido desarrollos destacables.

Esto cambió a partir de la introducción de la tecnología de audio digital. En la década de los ochenta, estos sistemas permitieron adquirir –a bajo costo- equipos que reproducían sonido con excepcional calidad; los discos compactos, por ejemplo, y en un futuro cercano el que la radio sea escuchada en alta calidad al grado de sustituir a la FM, introducida hace 50 años.

Los ingenieros han estado buscando la manera de mejorar la recepción de los aparatos receptores fijos, portátiles y móviles. Actualmente, se encuentran en vía de experimentación -aunque los fabricantes digan que están listos para su operación-, tres sistemas: **Eureka 147**, **DRM** (*Digital Radio Mondiale*) e **IBOC** (*In Band On Channel*). En esta primera parte de mi artículo me enfocaré en el primero.

En 1987 fue fundado un consorcio conocido como **Eureka 147 Digital Audio**

Broadcasting (DAB), el cual trabaja para desarrollar un nuevo sistema de radiodifusión terrestre y satelital. En **Eureka 147** participan industrias europeas e institutos de investigación de cuatro países: Alemania, Francia, Suecia y el Reino Unido, financiadas por sus gobiernos. Los principales retos del proyecto incluyen ofrecer una calidad de sonido comparable a la de un disco compacto, usar eficientemente el espectro radioeléctrico, mejorar la recepción de los radioescuchas en sus equipos móviles y fijos y estandarizar el sistema a nivel mundial.

Eureka 147 proporciona un servicio de radiodifusión multiservicio muy confiable y puede operar en las bandas de VHF y UHF. Representa un avance significativo en la tecnología de la radio pues ofrece tanto al radioescucha como al radiodifusor una combinación de beneficios y oportunidades como:

- **Alta calidad de audio digital.**
- **Transmisión eficiente** y libre de interferencia a receptores domésticos, portátiles y móviles.
- **Uso eficiente** del limitado espectro de frecuencias de audio disponibles.

- **Flexibilidad** pues puede difundir una amplia gama de servicios. Normalmente, cada múltiplex puede emitir cinco o más programas de audio de alta calidad más un número extra de mensajes. El múltiplex se puede configurar dinámicamente para introducir servicios adicionales, con carácter temporal o permanente.
- **Añadir características al sistema** para mejorar los servicios de radio existentes, incorporando servicios como texto, gráficos y fotografías además de ofrecer la oportunidad de introducir nuevos servicios innovadores, como la multimedia (radio, televisión e imágenes de sitios de Internet).

Los modelos de receptores de radiodifusión digital para el hogar, coche u ordenador están en el mercado desde 1999. Estos llevan una pantalla de cristal líquido en la que se puede ver la información que se envíe desde la emisora; su precio era alto al principio pero, como la mayoría de las innovaciones tecnológicas, con el tiempo su valor ha descendido aunque varía de un país a otro.

En México la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), realizó cinco meses de pruebas con el **Eureka 147**.

Desafortunadamente la implementación del **Eureka 147**, en México, parece difícil o imposible ya que no cabe dentro de la definición del concepto de radiodifusión del país; por lo tanto, si se desea operarlo, deberá tratarse como un servicio diferente, con concesionarios y permisionarios diferentes a los actuales que pretenden migrar a este nuevo servicio.

Si el sistema se llegara a implantar, cabría la posibilidad de que sustituyera a los actuales servicios de radio AM y FM lo que muy posiblemente tendría un costo para el usuario.

Continuará...

*Ing. Miguel Fernández, Director de Ingeniería.

Beneficios al trabajador



CLIDDA ...por tu salud

La **Clínica de Detección y Diagnóstico Automatizado, (CLIDDA)** fue creada con el propósito de proteger al mayor número posible de trabajadores activos de la federación a través de un diagnóstico oportuno, orientado -principalmente- a la detección de enfermedades crónico-degenerativas.

Ha querido consolidarse como la mejor clínica en materia de prevención y fomento a la salud al ofrecer un estudio temprano de detección que subraya la premisa **prevenir antes que curar**. Está catalogada como única, a nivel nacional, en exámenes de laboratorio y gabinete.

Algunos de los requisitos que debes reunir para acceder a este servicio son:

- Ser trabajador en activo y cotizar en el ISSSTE.
- Ser mujer y tener entre 30 y 55 años de edad u hombre de 35 a 55 años, sanos o aparentemente sanos.
- En el caso de las personas jubiladas y/o pensionadas podrán asistir a través del Sistema de Atención a Jubilados y Pensionados (SAIJUP).
- Gestionar el permiso con el director de área y/o jefe inmediato para poder asistir al estudio.
- Programar la cita una vez cada año, a través de la representación sindical del IMER.
- Asistir solos y puntualmente el día y hora indicados, con ropa cómoda y zapatos de piso.
- Portar credencial del IMER y el último talón de pago, ya que sin estos no se podrá dar la atención médica.

No esperes más y aprovecha los beneficios médicos que te ofrece la CLIDDA. Para mayores informes, consulta la página www.issste.gob.mx/clidda o comunícate al 5662-6180, ext. 1516 con Claudia Ortega, Secretaria de Previsión y Prestaciones del ISSSTE en el SNTIMER.

Fonotecas a tu servicio

Las fonotecas de Tránsito y Concentración del IMER cuentan con material que por su contenido y realización son propias para enriquecer la programación de las emisoras del Instituto. En este número de *Cue*, **Fonoteca de Tránsito** seleccionó algunos títulos que pertenecen a una colección de la *Fonoteca del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)* y son una excelente compilación de música mexicana:

- | | | |
|--|--|--|
| 1. Testimonio musical de México | 9. Música indígena de México | 16. Corridos de la Revolución, Vol.1 |
| 2. Danzas de la conquista | 10. Sones y gustos de la Tierra Caliente | 17. Música campesina de los Altos de Jalisco |
| 3. Música huasteca | 11. Música del istmo de Tehuantepec | 18. El son del sur de Jalisco Vol.1 |
| 4. Música de los Altos de Chiapas | 12. Banda de Totontepec, Mixes, Oaxaca | 19. El son del sur de Jalisco Vol.2 |
| 5. Música indígena del noroeste | 13. Cancionero de la intervención francesa | 20. Corridos de la rebelión cristera. |
| 6. Sones de Veracruz | 14. Música de los huaves o mareños | |
| 7. Michoacán: Sones de Tierra Caliente | 15. Sones de México. Antología | |
| 8. La banda de Tlayacapan, Morelos | | |



Si te interesa el copiado de alguno de estos CD's contacta a Juan Carlos Reyes, Jefe de Programación: juancarlos.reyes@imer.com.mx