

REVISTA

Ciudad de México / Revista **No.45**

ejecUTANTES

Revista de los músicos

Ejemplar Gratuito

JORGE URBANO

25 años de sound:check Magazine,
20 años de sound:check Xpo...
compromiso, constancia, perseverancia, trabajo
en equipo y amor por la industria del espectáculo

Descárgala Aquí



Índice



01

Editorial
Por: Sergio Alvarado

03

Generar música a partir de texto: la nueva iniciativa de Adobe se llama Project Music GenAI Control
Por: Fernanda González

05

Conociendo a nuestros socios
Bruno Ramírez

CONOCIENDO A NUESTROS SOCIOS

07

Buscan compositores legislación para proteger sus creaciones; evitarían plagios en campañas
Por: Marisol Flores

SECCIÓN CALC

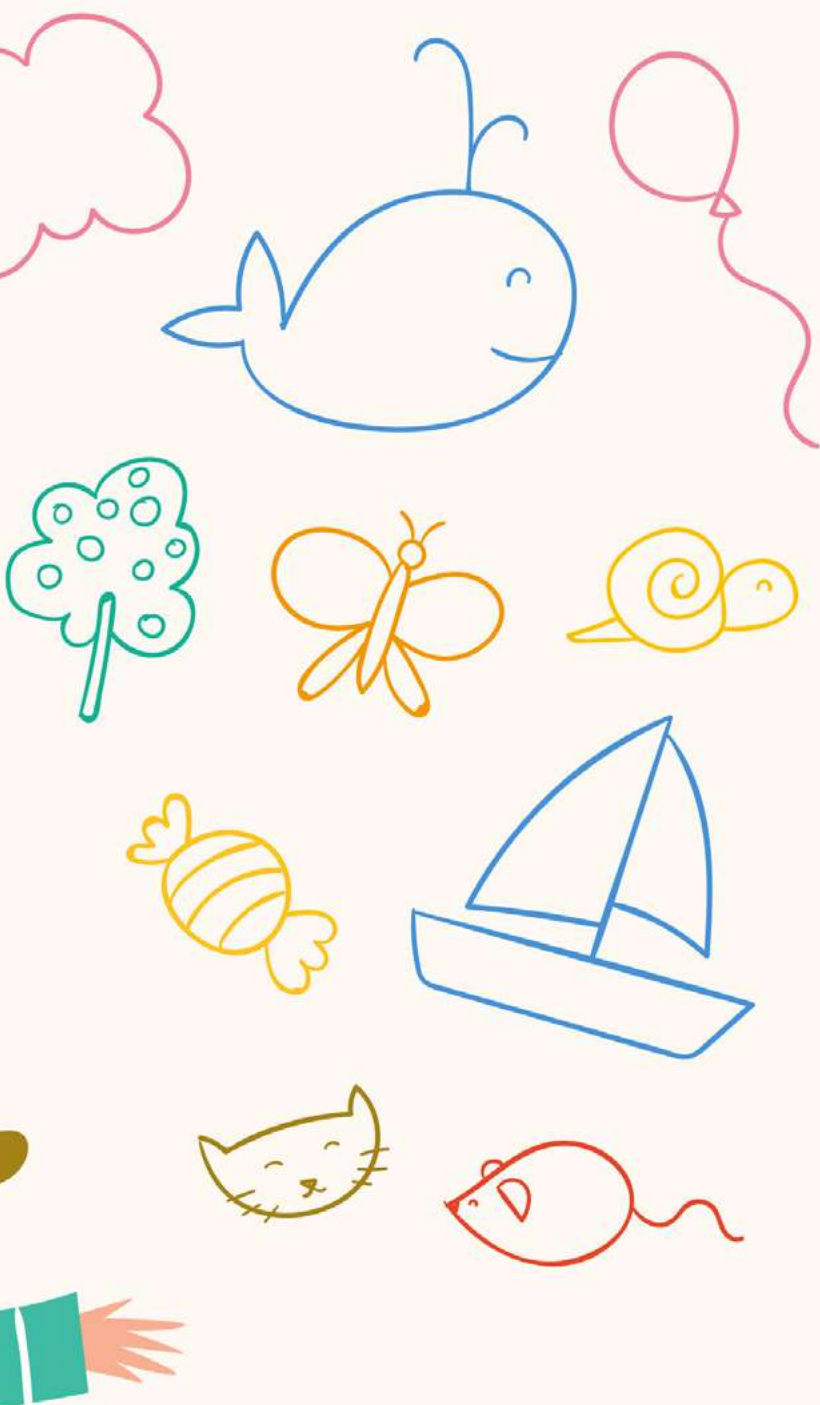
09

Entrevista a Jorge Urbano
Por: Armando Baez

ENTREVISTA

21

Merenglass: 30 aniversario



23

8M y PI. ¡Ocupémonos en alcanzar la paridad de género!

Por: Miguel Ángel Margáin

27

El Poder del Storytelling en tu Música

Por: Francisco Benítez

31

La música en el mundo: Australia y The Bee Gees

Por: Majo Cornejo

33

Mami vamos a rumbiar

Autor: Ramón Glass

Arreglo: Mangione Molina, Ramón Glass

PARTITURA

35

Merenglass 30 - 30 Lado A

NUEVO LANZAMIENTO

39

La ruta de la canción

Por: Rodrigo de la Cadena

#PELIGROSÓLOBOHEMIOS

43

El aprendizaje de Paquita la del Barrio

Por: Carlos Arturo Martínez Negrete

45

Perú, Colombia y Chile frente a la propiedad intelectual del sonido

Por: Antonia Pastén

SECCIÓN FILAIE



Editorial

En el vibrante escenario de la infancia, cada experiencia, cada melodía y cada sonrisa conforman los cimientos de un mundo en constante descubrimiento. Este mes, nos unimos en celebración del **Día del Niño, un momento para honrar la pureza, la alegría y la creatividad que definen este período vital tan especial.**

Por: **Sergio Alvarado**

En el corazón de esta celebración, queremos destacar el papel trascendental que la música desempeña en la vida de nuestros pequeños. Desde los primeros balbuceos hasta los pasos vacilantes, la música actúa como un compañero constante, un lenguaje universal que trasciende las barreras del tiempo y el espacio.

La música, en todas sus formas y expresiones, nutre el alma infantil de maneras inimaginables. Desde las canciones de cuna que acunan los sueños más dulces hasta los ritmos que desatan la energía desenfrenada en el patio de recreo, cada nota, cada ritmo, moldea y enriquece el mundo interior de nuestros niños.

No podemos subestimar el poder transformador de la música en las infancias. Más allá de ser meramente entretenimiento, la música estimula la imaginación, fomenta la expresión emocional y promueve el desarrollo cognitivo y social. En un mundo donde las distracciones y las preocupaciones a menudo nublan nuestra visión, la música nos recuerda la belleza y la simplicidad que residen en la experiencia infantil.

Sin embargo, en nuestra celebración, no podemos pasar por alto las disparidades que existen en el acceso a la música para todos los niños. Para algunos, la música es un regalo abundante, con instrumentos al alcance y oportunidades para explorar y crear. Para otros, lamentablemente, la música sigue siendo un lujo inalcanzable, relegada a un segundo plano en medio de luchas por la supervivencia diaria.

Es nuestra responsabilidad colectiva asegurar que cada niño tenga acceso equitativo a las maravillas de la música. Debemos trabajar juntos para derribar las barreras que impiden que las melodías lleguen a aquellos que más la necesitan. Solo entonces podemos garantizar que cada niño tenga la oportunidad de experimentar el poder transformador de la música en su vida.

En este Día del Niño, alentamos a todos a reflexionar sobre la importancia de la música en la infancia y a comprometernos a crear un mundo donde cada niño pueda encontrar su voz a través de la música. Que cada nota sea un recordatorio de la belleza, la esperanza y el potencial infinito que reside en nuestros pequeños.



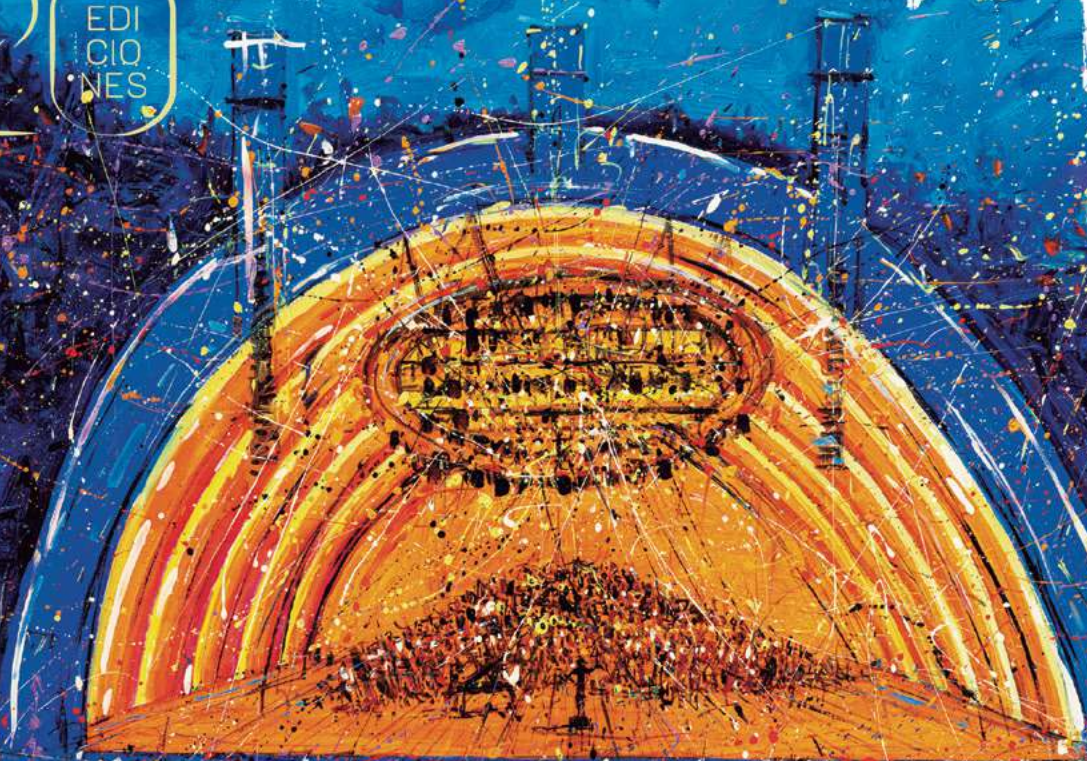
AUDIO • VIDEO • ILUMINACIÓN • BACKLINE • DJ • ESCENARIOS

sound:check

La Industria de la Música y el Espectáculo

XPO

20
EDICIONES



Abril 2024

21 22 23

DOMINGO

LUNES

MARTES

CIEC-WTC, Ciudad de México, 12:00 a 20:00 hrs.



Spamart

www.soundcheckexpo.com

soundcheckexpo.com.mx

Cuota de recuperación: Registro previo y pago en línea: \$200 pesos / Registro y pago en sitio: \$400 pesos

Informes y ventas: (55)52401202 / info@soundcheckexpo.com.mx / SoundcheckXpo     



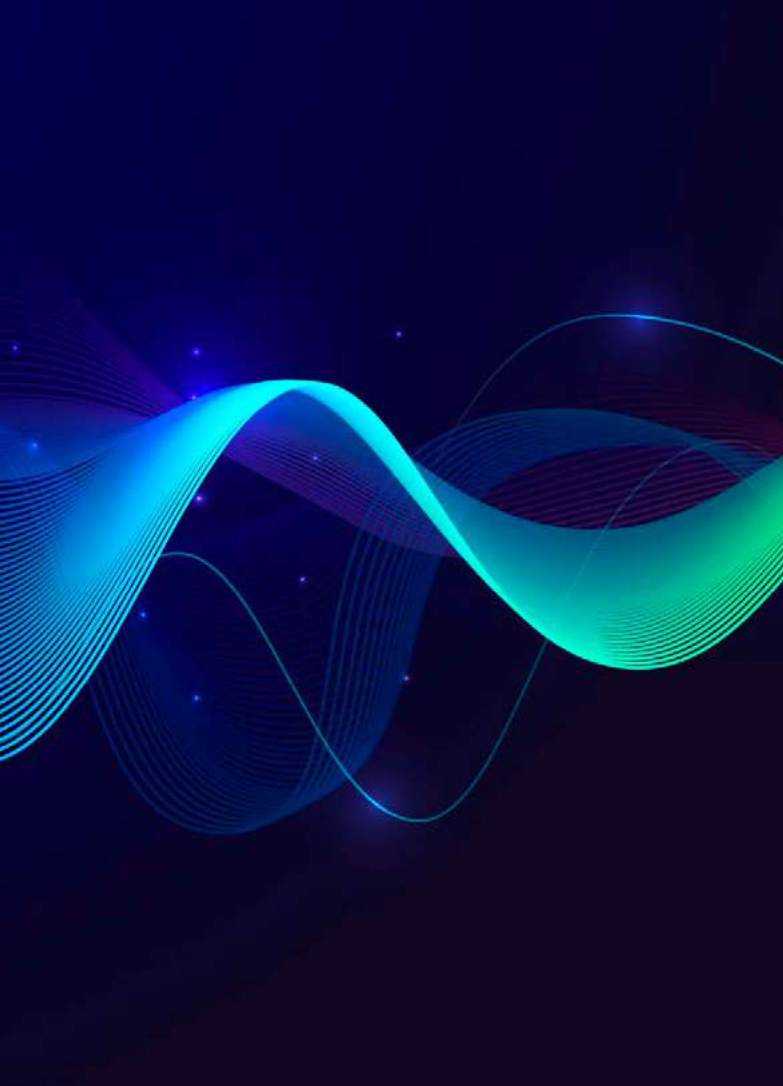
GENERAR MÚSICA A PARTIR DE TEXTO

LA NUEVA INICIATIVA DE ADOBE SE LLAMA
PROJECT MUSIC GENAI CONTROL

Todo el contenido producido con Project Music GenAI Control será etiquetado con marcas de agua digitales para advertir su procedencia.

Adobe presentó **Project Music GenAI**, un recurso basado en inteligencia artificial (IA) que permite crear y personalizar piezas musicales a partir de indicaciones de texto. El sistema fue desarrollado en colaboración con la Universidad de California y la Facultad de Ciencias de la Computación de la Universidad Carnegie Mellon.

El sistema forma parte de la plataforma Firefly, la familia de modelos de IA que se ha integrado a servicios como Photoshop, Illustrator y Express. Funciona de manera similar a las propuestas MusicLM de Google y AudioCraft de Meta. Basta con ingresar una indicación que describa el tipo y estilo de la melodía que se desea y la herramienta entregará una canción con las características predefinidas. También es capaz de generar resultados basados en una composición preexistente de referencia. Según Nicholas Bryan, investigador senior de Adobe Research, "Project Music GenAI Control ayudará a las personas a crear música con el estado de ánimo, el tono y la duración adecuados".



La propuesta integra controles de edición nativos a diferencia de otros programas semejantes. La función facilita realizar ajustes en la estructura, el tempo, intensidad y patrones repetitivos de la pieza generada. Permite mezclar secciones de diferentes clips, producir bucles musicales y extender la duración de las piezas.

“Una de las cosas más interesantes de esta nueva herramienta es que no solo sirve para generar audio. En lugar de cortar manualmente la música existente para crear introducciones, finales y audio de fondo, Project Music GenAI Control podría ayudar a los usuarios a generar exactamente las piezas que necesitan, resolviendo uno de los puntos débiles del flujo de trabajo”, explicó Bryan.

Adobe dice que el sistema se construyó respetando los principios éticos de responsabilidad y transparencia relacionados con el desarrollo de soluciones de IA. Puntualizó que el conjunto de datos utilizados

para entrenar al modelo está licenciado o es de dominio público. Todo el contenido producido mediante Project Music GenAI Control será etiquetado con marcas de agua digitales que informarán sobre su procedencia.

El proyecto es calificado como uno de investigación, por lo que no está disponible para el público en general. Se encuentra en una etapa muy temprana de desarrollo y no se tienen detalles sobre el funcionamiento de la interfaz, los controles de seguridad para el material utilizado como referencia y la duración máxima de los clips que pueden producirse. La empresa planea incorporar el motor generativo a suites como Audition y Premiere Pro en el futuro, aunque no tiene una fecha programada de lanzamiento.

Pese a las salvaguardas que Adobe está aplicando para garantizar protecciones para la propiedad intelectual de los compositores y evitar el uso inadecuado del sistema, Project Music GenAI Control se suma a una creciente lista de recursos que han causado preocupación en la industria musical.

Diversas casas productoras, intérpretes y compositores han acusado que el uso de la IA para generar música comprometen la cadena de valor. Algunas compañías como Universal Music han comenzado a tomar medidas para defender su negocio. El año pasado solicitó a servicios como Apple Music y Spotify bloquear de sus plataformas las canciones generadas con sistemas de inteligencia artificial. En enero, dio por terminado el acuerdo de licencias que mantenía con TikTok argumentando que la plataforma china no entrega compensaciones justas a los artistas y carece de medidas de resguardo para los derechos de autor.

Los analistas afirman que, pese a las preocupaciones, el sector no puede ignorar el cambio de reglas en el negocio que la IA generativa está imponiendo. Las audiencias parecen favorecer los contenidos producidos mediante esta tecnología. Hasta agosto del año pasado, YouTube había registrado más de 1,700 millones de visualizaciones en videos realizados con algoritmos inteligentes.

<https://es.wired.com/articulos/project-music-genai-control-el-proyecto-de-adobe-para-generar-musica-a-partir-de-texto-con-ia>

Bruno Ramírez, baterista presente en la escena musical de México, participando en teatro musical en obras como José El Soñador, Victor Victoria, Spamalot, Annie, Fierrecilla Tomada, Aplauso, Mamma Mía y Mentiras El musical, entre otras. Acompaña a Artistas



como Rodrigo de la Cadena (El último Bohemio), desde el 2021 a la fecha, con el cual, ha grabado 4 producciones discográficas. Con Kika Edgar "Nuevas Canciones tour" desde 2016 a la fecha, Edith Márquez "Mis Emociones tour" de 2016 a 2018 y "Contigo Tour" de 2018 a 2023

Bruno Ramírez



Es fundador de la agrupación "MX Fusión", realizando dos giras en Europa con el material discográfico llamado "Incertidumbre". También grabó "De lo Peculiar Trío" con el pianista Abraham Barrera y el Contrabajista Carlitos del Puerto.

Ha impartido Clínicas en la República como la realizada a lado del gran baterista Gregg Bissonette.





.....

Cerro del Música 22, colonia Campestre Churubusco,
alcaldía Coyoacán, CP 04200 CDMX



55 3340 4030

contacto@grandforum.com



A través del Foro Derechos Humanos y Derechos de Autor se recogerán las inquietudes de los creadores de piezas musicales con el objetivo de evitar plagios, así como la falta de remuneración por utilizar sus letras.

Por: **Marisol Flores**

BUSCAN COMPOSITORES LEGISLACIÓN PARA PROTEGER SUS CREACIONES; EVITARÍAN PLAGIOS EN CAMPAÑAS



El compositor hidalguense, Jaime Flores, recordó que una vez un candidato tomó una de sus canciones, cambió la letra para hacer un sencillo para una campaña política y no le pagaron regalías. Esta situación lo llevó a acudir al Congreso local con el objetivo de crear, a nivel local, una legislación similar a la federal que permita proteger los derechos de autor.

A través del Foro Derechos Humanos y Derechos de Autor, se recogieron las inquietudes de los creadores de piezas musicales para evitar plagios y la falta de remuneración por utilizar sus letras.

En la actividad estuvieron presentes miembros de la Sociedad de Autores y Compositores de México, entre ellos Martín Urieta, famoso por escribir la canción “Mujeres Divinas”, así como Guillermo Méndez, creador de piezas musicales que forman parte del repertorio de Timbiriche.

En entrevista con medios de comunicación, el ganador de la preselección en la edición 2022-2023, “Pedro María Anaya”, Jaime Flores, mencionó que varias situaciones preocupan a los letristas. Puso como ejemplo que, en plataformas como Spotify, pese a que las descargas son millones,

ellos sólo obtienen unos cuantos centavos de dólar.

Aunque existe legislación nacional y normas internacionales, la intención es comenzar por lo estatal para que se pueda replicar en otros estados y nunca más existan autores a los que no se les pague por sus composiciones.

Respecto al tema, el diputado Julio Valera Piedras, uno de los impulsores del foro, mencionó que la idea es reforzar la ley existente para garantizar los derechos del autor, ya que, aunque están tutelados a nivel estatal, federal e internacional, no cuentan con los “dientes” necesarios para ser protegidos.

La intención es presentar una propuesta sobre el tema, con la esperanza de que sea aprobada antes de que concluya la 65 legislatura.



<https://www.efeeta.info/buscan-compositores-legislacion-para-proteger-sus-creaciones-evitar-an-plagios-en-campanas/>



Entrevista a

Jorge Urbano

Por Armando Baez

ENTREVISTA

Armando: Nos da mucho gusto platicar con un extraordinario personaje, quien ha venido a revolucionar el mundo de la música, un periodista, amante de la música y un gran aliado de los músicos en México: Jorge Urbano. Gracias por permitirnos conocer un poco más de ti, ¿cómo fue tu acercamiento al mundo cultural?

Jorge: Primero que nada, gracias a ti, querido Armando. Yo nací un 8 de enero, tengo 61 años muy felices, mis padres me dieron valores, educación, no me dieron dinero porque no lo tenían, ni yo lo necesitaba. Estudié en escuelas públicas, en la Metropolitana, únicamente en una escuela privada, en el ITAM, y me sirvió mucho porque fue la mercadotecnia la que me hizo complementar mi gusto, mi pasión por la música. La música ha sido mi principal aliada y mi camino, mi compañera de vida. A los 15 años hice una primera fiesta de luz y sonido, en aquellos tiempos así les llamaban, en mi casa, con una consola de las chaparritas, con disco de 45 y discos LP, agarré otra tornamesa Garrard, en esos tiempos, eran mis juguetes y fue muy padre, fue muy bonito hacer eso. A la semana me hablan para hacer unos 15 años, a unas invitadas les gustó lo que hice, me dijeron: “eso que pusiste, los focos con celofán amarillo, verde, azul, tu consola y tu música”. Yo nunca he sido ingeniero, no soy muy técnico, sí conozco, sí sé instalar un equipo, lo he operado por años, pero eso fue hace ya algún tiempo. Y así empecé a ser profesional, a los 15 años, para mí, hay dos maneras de hacerte profesional; una es por tu capacitación, educación o tu entrenamiento y la otra, es porque recibes dinero a cambio de algo, y yo recibía dinero a cambio de hacer bailar a la gente, hacerlos felices o poner lo correcto para acompañar una cena o la comida, en fin, la música te acompaña siempre, en los mejores y en los peores momentos, en la tristeza, en la felicidad y eso lo entendí. Si algo me dieron mis padres fue esa sensibilidad, la exploté, la combiné con la cuestión de

mercadotecnia y de ahí para arriba, más que nada, lo que me trae aquí, es la pasión por la música, la buena música.

Más adelante, como a los 3 años, Héctor Ortiz el gran cantante de rock, gran imitador de Elvis, me habla para hacer una obra de teatro que se llamó “Jesucristo Super Estrella y José el Soñador”, con Julissa de Llano, y me encantó, yo no sabía nada de teatro y ahí fue mi brinco, de hacer luz y sonido a hacer algo profesional en teatro; los llamados, las largas horas de ensayos, compartir momentos con Guillermo Méndez, Manuel Landeta, el mismo Héctor Ortiz, Rocío Banquells, gente que yo conocía como fanático, los conocí, nos hicimos amigos, y a la fecha siguen siendo de mis grandes amigos, casi todos ellos, fue muy padre. Y seguí, renté equipo y puse obras de teatro Como “Esto se vale” con la familia Banquells, con Julio Alemán como estelar, todo fue pasión, mucha disciplina.

El teatro, como bien saben, tiene todo: escenografía, utilería, audio, iluminación, es la mamá de las artes escénicas y tuve una suerte enorme y ahí viví. Mis papás no me permitieron dejar la escuela, así que me gradué, hice un postgrado y tuve un llamado de mi buen amigo, Jaime Celis, de “Representaciones de Audio” para que lo ayudara con la organización de eventos, entonces, yo lo invitaba a las obras, junto con otros amigos que también me vendían o rentaban equipo, gente de Hermes, de Acústica y de otras empresas. Pero Jaime me dio la oportunidad y empecé a vender sus marcas y productos; vienen los amigos de Shure a darle la distribución

exclusiva a “Representaciones de Audio”, después de hacer una investigación de mercado, y me nombran gerente de marca. Entonces, combiné muy padre la mercadotecnia y la música, patrocinamos a infinidad de artistas, fui a infinidad de estudios de grabación, empresas de producción, sonorización, teatros, auditorios, iglesias, bueno, anduve por gran parte de la República Mexicana, lo cual me formó y agradezco mucho esa oportunidad.

Armando: Jaime Celis, es un buen amigo, un tipazo, cuéntenos por favor, ¿qué experiencias tuviste con los músicos y el personal de producción? porque creo que ese es un tema muy importante de tu vida.



Jorge: Bueno, siendo gerente de marca, hacía todo lo relativo a la marca Shure y otras, entonces, parte de eso era hacer clínicas y master class, hablar con ingenieros para que enseñaran a los técnicos a usar los equipos, hacer el soporte técnico y tratar con los artistas. El micrófono para un cantante es muy importante, si no hay micrófono ante una audiencia, no hay audio, la tecnología y el audio es lo que conecta al artista con su público. Y bueno, me contactaron con la gente de Lucero, con su hermano Antonio Hogaza, que tenía su oficina en Echegaray, y patrocinamos a Lucero, ella siempre muy muy correcta, muy buena persona, muy bonita y gran artista, gran cantante. Empezaba con la cuestión del mariachi y le pegó enormemente, con un gran amigo, David Marchand, que combinaba el sonido del mariachi acústico con micrófonos, por instrumento y lo mezclaba muy bien con la base rítmica eléctrica, fue muy interesante, después también patrocinamos a Mijares, obviamente y luego a Maná, fue muy padre el aprendizaje con Maná. Yo hacía todo a través de los ingenieros, con quien me entiendo más porque así empecé, yo vi el backstage y pensaba en esas personas, que nunca se habla de ellas, a menos que algo falle, es cuando sale a relucir la figura del ingeniero o del técnico.

Estando con Maná, ellos tienen una de las mejores producciones de rock en el país, una gran producción con nivel internacional, viajé con ellos en cantidad de fechas, viendo como hacían las cosas. Fer Pérez, su ingeniero de audio, fue gran amigo y aliado de la marca, y era muy interesante esa mezcla: un poco de mercadotecnia, un poco de cuestión técnica. Y ahí veía como microfonear a un baterista de la talla de Alex González, por ejemplo, la ubicación de micrófonos en cada instrumento fue muy padre. Y así, me tocó conocer a grandes artistas, lo que yo hacía era irme con ellos, pegarme con ellos, no me veían como un agente o un ejecutivo de ventas, los ingenieros eran mis amigos, convivíamos bien; yo preguntaba mucho porque me gusta mucho, lo llevo en la sangre, y sí, acababa vendiendo, pero satisfacés una necesidad y cuando se necesitaba otro micrófono, ahí estaba, para lo que fuera necesario, el artista tenía sus micros. Es una tradición que los cantantes tengan su micro, incluso por la cuestión sanitaria, recuerdo que conservamos la cápsula del micrófono de Lucero, porque ahí estaba su lápiz labial, por ejemplo, es muy personal y por eso muchos grupos llevan su maleta de micrófonos a todos lados, se hizo muy buena mercadotecnia y se vendió mucho, Shure era y sigue siendo líder en mercadotecnia.

Armando: Podríamos decir que fue una gran inversión para “Representaciones de Audio”, el haber contratado a Jorge Urbano.

Jorge: Pues, sí, y para mí fue algo muy bonito, me abrió los ojos, me abrió la puerta a una oportunidad de hacer grandes eventos, fue un brinco importante; Hermes hacía grandes eventos, Yamaha hacía grandes eventos, Casa Veerkamp traía a grandes artistas. A mí me preguntaban: “oye, ¿y a qué hora te sientas en la consola?”, y no, yo no estoy en la consola, soy el productor, yo organizo todo y pongo a un ingeniero de monitores o de sala; hacíamos juntas previas, lo que antes no se hacía, creo que se soslayaba un poco la producción de eventos. Me acuerdo mucho del eslogan de Auditorio o Lunario, “el espectáculo es cosa seria”; eso es, cuando apagan las luces, dan tercera llamada y empieza el espectáculo, el teatro o en el Foro Sol, pasaron muchísimas cosas para llegar a eso, muchas horas, muchas juntas, mucho personal, mucha humanidad, mucho sudor, muchos cables, toneladas de equipo, transportes, camiones, aviones, hoteles, catering, seguridad, boletaje, todo eso lo absorbí.

Algo en lo que estoy seguro que estás de acuerdo conmigo Armando, es que mientras más grande eres, más respeto le das a todas esas personas, al boleterero, al jefe de seguridad, a las personas que hacen posible ese evento, si le dan algo mal o echado a perder al artista, como le pasó Paul McCartney en Corea, se suspende el concierto y se pierde un dineral, si el ground support está mal puesto y se cae, se pierden vidas, si la tierra no está bien aterrizada, si la corriente no está bien calculada, hay un corto, hay un falso, y andas electrocutando a alguien. Todo el espectáculo es bastante serio, bastante profesional y delicado, y pues sí, de ahí fuimos para arriba, el espectáculo entero y tuve suerte de estar en el “subidón”, de darle su nivel, su seriedad, su responsabilidad y todo lo que conlleva al técnico, al artista, al promotor, al manager, la psicología, la mercadotecnia, el cómo llenar un evento. Mi hija es cantante, toca el teclado y se frustra porque no va gente, entonces, puedes tener todo bien, pero la mercadotecnia no y eso es motivo de que no sobresalgas en esta industria. Es muy bonito, muy complejo; parte artística, psicológica y comercial, es un mundo, es un universo.

Armando: Hay muchos caminos en el mundo de la cultura y el espectáculo en México, en la parte en la que a ti te ha tocado estar, ¿qué tanto ha ayudado Jorge Urbano a la profesionalización del audio y del espectáculo en México?

Jorge: Mira, no me lo propuse como tal, sí hemos llegado a un muy buen nivel; yo me siento como centro delantero, creo que mis épocas de meter goles ya pasaron. Tengo una excelente empresa con excelentes personas que también sudan la camiseta por

la empresa, hay mucha pasión en esto, en torno a la música, en ver la revista impresa y oler la tinta o ver que en cualquier dispositivo digital está la revista, es muy padre, por ejemplo, el número pasado de Sound:check con RBD, todo lo que tiene que ver su gira, que fue una gira monstruo y fantástica. Y bueno, conectamos al artista con el proveedor de tecnología, al venue con el proveedor de tecnología o con la artista, a la escuela de música con el maestro o con la marca que requiere para los saxofones o para un DJ o para quienes quieren iniciar a grabar; hay muchas escuelas de audio y requieren equipo, requieren software, hardware, monitores, maestros, etcétera. Recuerdo que fuimos asesores del Tec de Monterrey, en su carrera de “Producción musical digital” y pues, no tenían maestros porque no había la profesión y no existía como una carrera en audio profesional, poco a poco ha crecido y ya la hay en varias escuelas privadas y pues, no saben, entonces, nos llaman. Son 25 años de estar mensualmente con Sound:check Magazine, de manera ininterrumpida, también, este año cumplimos 20 ediciones de la SoundCheck Xpo, la cual, reúne todo, en tiempo y espacio, si quieres una fotografía, un video corto de lo que es la industria de la música y el espectáculo, ahí está, ahí ves a los líderes, ahí ves a los medios, ves a los productores, ahí ves a los músicos, ahí ves a los agentes de ventas, a los dueños de teatros, de salones, de estudios de grabación, la gente de la radio, la gente de televisión y pues sí, es algo que, también lo digo de otra manera, a mí me toca ser como el que va haciendo el tejido; aquí está Armando, aquí está Víctor, aquí está Monchi, aquí está Gonzalo Curiel, aquí están los de la Fonoteca, por acá está

Hermes, aquí está Yamaha, acá Veerkamp, el Auditorio Nacional, Las Lunas, el Lunario y la gente de Ocesa, la gente de CYM Pro, en fin, todas las marcas.

Tenemos un consejo formado por profesionales que hacen sus propuestas, su evaluación y votan para hacer una entrega al mérito técnico dentro de la Sound:Check Xpo, un merecido reconocimiento a la gente que está atrás de la artista. Entonces, quizás caigamos bien, era una necesidad latente que se requería, así se le llama en mercadotecnia, y que alguien le atina o lo investiga, como quieras verlo y cubres una necesidad. Somos un enlace, como un nodo, nos hablan para pedir un contacto y lo hacemos con gusto, no vivimos de eso, nosotros nos remuneramos con los anuncios publicitarios, correctamente, y con la exposición, vendiendo stands. Hacemos relaciones públicas y pues sí, hemos puesto el dedo en el renglón, hemos puesto a México en el mapa de la industria y el espectáculo, ya sea por la revista o por la exposición. Han venido grandes personajes: Alan Parsons, Stanley Clarke, Ivan Lins y Juan Carlos Baglietto, Pedro Aznar, todos los Toussaint, todos los mejores músicos que se atreven a dar clínica, han estado ahí. Nos faltan y eso es una motivación para seguir invitándolos; a que, el que sepa enseñar, que enseñe y el que necesite aprender, que aprenda; el que necesite comprar, que vea y nuestra promesa es que está comprando con el proveedor correcto, el que representa legalmente la marca en México. A la Expo vienen el 75% de asistentes de la zona metropolitana y 25% de la República, entonces, vienen de todos los estados. Es constancia y es persistencia.

Cuando me salí, en los mejores tiempos de Repre, Shure y míos, me dijeron que estaba loco, nadie me dijo bravo y un medio como Sound:check, ¡cómo crees!, no existía en México, sin embargo, hemos ganado la batalla, al menos ya por 25 años; con calidad, perseverancia, con mucha pasión, mucho compromiso y mucho enfoque. Nos han pedido otras expos, como la Expo Moto, pero no, no es lo nuestro. Hacemos expos de la industria, medios de la industria, escribimos, redactamos, corregimos, diseñamos, fotografiamos; con la apertura de los medios digitales, nos contratan para hacer entrevistas, que a veces no salen ni en la revista, salen para las marcas de sus artistas patrocinados, de sus eventos, de sus clínicas, de sus cursos, de sus estrenos, inauguraciones de foros, escenarios, oficinas, etcétera.

Y pues sí, un poco, todos los caminos llevan a Roma y no era lo que imaginé, se dio con creces, pues que te digo, que duermo siempre dándole gracias a la vida, a Dios y a la gente que me rodea, gente como tú, que has sido, al menos igual que uno, eso es importante.

Armando: Muchas gracias, Jorge. Como tú lo dices, toda esa industria donde tu estás es como un gran engrane y, desde que empecé, toda esa industria estaba desperdigada; por un lado los productores, por otra los técnicos, por allá la seguridad, por otro lado los músicos, en fin. Y entonces pasó que Jorge Urbano se coloca en el centro y ese gran engrane empieza a unir toda la industria. Esto lo digo porque, hace muchos años, contratamos a una empresa que se llama Fotoniza, que tú conoces muy bien, y a Susana, que en paz descansa, y un día llegó a esta empresa y veo tu revista y entonces, me dicen: “oye, por primera vez nos han tomado en cuenta, mira, aquí salimos y aquí están hablando de esa parte técnica del audio”. No había en México nada de eso, no existía, entonces, sales de “Representaciones de Audio”, empiezas a imprimir Sound:Check y después otra revista más. Plátame de esa parte, como editor, ¿qué pasa contigo? ¿cómo nace?





Jorge: Mira, se me da por la mercadotecnia, todo eso se aprende en la carrera, además, me encanta leer, ya sea un libro, novela o revistas, sigo suscrito al papel y también todo lo que me llega en diferentes medios, lo veo, yo creo que estamos viviendo una bonanza porque hay muchos medios: tabletas, celulares, computadoras o el viejo papel, el olor a tinta. El ver qué está pasando en la industria, con un diseño correcto, que te inspire, que sientas que eres parte de esto. Siempre estamos tras bambalinas, yo lo que veía de otras revistas, absolutamente buenas era que cuando hablaban de lo nuestro, hablaban de una manera muy insípida.

Armando: ¿Había algún medio que hablara de los músicos y de la industria, antes de ti?

Jorge: Sí, estaba Musico Pro, hecho en Estados Unidos y MIX, que es una gran revista, sigue editándose, ahora solamente en formato digital, y tenía algunas ediciones en español. Estaba bien, pero era absolutamente insuficiente para México, además del hecho de que, fotografiar al artista y al técnico o al arreglista, al compositor, al director de coros y luego al monitorista y al mánager y todo eso, nunca salía, nunca, nada. Realmente batallábamos para entrevistarlos, no sabían, no estaban acostumbrados y cuando salen, de verdad es de decirle a mamá y papá, mira, aquí estoy. Y fue sensacional y lo cociné rápido, yo estaba casado, con dos niñas, que por aquí andan trabajando conmigo, vivimos para esto. Mis hijas han escuchado música desde el vientre de su madre y pues, me inspiré en esa empresa, me hicieron el favor de llevarme a diferentes expos, contrataba a los medios, vi la necesidad latente y empecé a imprimir en septiembre de 1998, y ahora estamos cerca de los 26 años, con 400 números; hemos sido constantes, a pesar de inundaciones, temblores, ceniza volcánica, manifestaciones, incluso la pandemia, nunca dejamos de editar. Cuando inició la pandemia, estábamos en versión en papel y teníamos todo digital, entonces, no podíamos reunirnos, ni la imprenta, ni nosotros, para hacer la revista impresa, pero sí, cada uno desde su casa, aprendimos a trancazos y a gran velocidad para hacerlo a larga distancia y en mayo del 2020 salió la primera revista en digital, y claro, llegó para quedarse y es bueno para el usuario, para lector, lee en un dispositivo o lee la revista, para todos hay, nunca hemos dejado de estar.

Armando: Una pregunta obligada, ¿digitalizaste todos los números anteriores?

Jorge: No, pero me acabas de dar la idea.

Armando: Sería muy interesante, porque ha sido un medio de consulta y además, es una parte de la historia de México, durante los últimos 25 años has redactado la historia de lo que pasa en los escenarios y no tenerla a disposición, pues es una pena. Ojalá algún día estuvieran en digital todas, eso nos daría mucho gusto.





Jorge: Queda de tarea, lo podemos hacer. Hay plataformas que te dan una sensación a través del celular o de la tablet o de la computadora, para que sientas que la revista se digitaliza, se escanea y sí, se puede hacer. Y gracias por el consejo.

Armando: Considero que es importante, como la nuestra, esta revista de EJE.

Jorge: Sí, desde el número uno hasta la actual, que es la revista número 307, año 26. En el transcurso hubo otra revista, siguió Home:Tech, que ya no está, que era de audio, video e iluminación, pero para casa; desafortunadamente esa industria ha variado mucho y salimos del mercado, con toda la tristeza, no se pudo seguir. Después siguió Music Life, una revista muy padre, vimos que nos quedábamos con ganas de entrevistar al músico; me acuerdo mucho en la banda de Céspedes, que me tocó a mí, porque, obviamente, yo empecé haciendo todo, Francisco Céspedes con Agustín Bernal en el contrabajo y Eugenio Toussaint en el piano y arreglos, y me quedaba con ganas, porque entrevistaba a los ingenieros, a la gente de la producción, entonces, pensamos que hacía falta una revista de música para músicos, y salió Music Life, recuerdo que nuestro querido Enrique Nery, en paz descansa, decía que no hay mejor título para la revista: Music Life, la música es mi vida.

Desafortunadamente, no fue redituable y bueno, hacer negocio es válido, permitido y muy sano y es una razón de mucha gente para pagar la renta, alimentos, impuestos y prestaciones. No fue fácil, aguantamos vara lo que

podimos con Music Life, hasta que ya no pudimos más. Entonces, vino la 4ª revista, que es "Install", habla de todo lo que es audio, video, iluminación, instalada en diferentes espacios; quizás ahí la razón principal no es la música, pero también hay bocinas, hay micrófonos como una conferencia, para eventos corporativos, campus universitarios, y esa revista sigue. Y claro, la reina, que es Sound:Check.

Aquí quiero compartir una interesante reflexión para los que empiezan; yo creo que parte del éxito que hemos tenido, es no tenerle miedo al fracaso, por supuesto que a nadie le gusta fracasar y nadie empieza un proyecto pensando en fracasar, pero si te clavabas en eso, pues no harías nada. Si te da miedo hacer algo y perder dinero, pues no, no es perder tiempo; creo que hemos tenido lecciones de vida con los éxitos que hemos tenido, pero más con los fracasos y aprendes mucho de eso, no le tuvimos miedo, algo no salió por alguna razón, propia o no propia, circunstancias, factores variables e incontrolables y así fue. Pero, yo no dejaría de hacer algo por que eso es lo que nos ha forjado; unos siguen siendo, otros ya no, haremos otros y si jalan que bueno, pero no le tuvimos miedo al fracaso, no lo vemos como una pérdida económica, es una inversión y, por supuesto, no es una pérdida de tiempo, es un gran entrenamiento, gran lección de vida.

Armando: Así es, Jorge, muy interesante lo que comentas. Después de la revista, te avientas a hacer la exposición más grande, más importante de México, ¿cómo te avientas ese tiro?

Jorge: Bueno, vimos la Namm, Musikmesse en Frankfurt, InfoComm en Las Vegas, exploramos y sentimos una envidia total de que no había algo así en México, había algunos intentos no constantes, aislados, pero nada más. Y bueno, parte del secreto es una muy buena comunicación y nosotros nos comunicamos muy bien con los anunciantes, que se convirtieron en expositores, coincidieron con nosotros en el 2002 y dijeron: "pues, va". Fue en el World Trade Center, en 2003, si no mal recuerdo, fueron como como 2,800 metros cuadrados y fueron 7,000 personas, fue una cosa de locos, por todo lo que se necesitaba. Una de las cosas del éxito es que es una fiesta, es un encuentro, es un lugar de reunión, de ventas, de mercadotecnia, de amigos en México. Lo ven los extranjeros y dicen: ¡que bárbaros!, no paras de abrazar, de apapachar, de sentirte parte de una industria, de un gremio, eso nos hace falta, a veces son cosas que no las ves, pero hacen falta. Por eso, cuando alguien ponía en duda que después de la pandemia volviéramos a lo que hacíamos, pero ¡por supuesto! Salimos corriendo a los conciertos, a los antros, a las reuniones sociales y corporativas, a sentir la vibra y esa simbiosis con el artista, esas sensaciones que da el espectáculo.

La Sound:check Xpo, de alguna manera, es como el detrás, como entrar a la cocina y hablar con el chef y ver lo que hace, los ingredientes que está mezclando, es un masterclass. Ver a los super ingenieros de grandes grupos, saber cómo hicieron su carrera, su forma para grabar, de trabajar con los artistas, de lograr ese sonido tan particular en cada uno, es ahí donde lo puedes descubrir. Ese conocimiento, ese mundo es muy importante y nosotros abogamos porque siga siendo tan importante. La vida misma se vive por el arte, la música, la escultura, el teatro, es nuestra pasión y nuestro enfoque, el contacto con los expositores. Y bueno, si en el 2003 fueron 2800 metros y 7000 asistentes, ahora vamos con más de 13,000 metros cuadrados en total, no hay un rincón, cada metro estará ocupado, está muy padre, dos pisos de World Trade Center y esperamos alrededor de 25,000 personas esta vez y eso nos pone ya a nivel de lo más importante a nivel Latinoamérica, dicho por los visitantes extranjeros.

Armando: ¿Qué esperas este año?, cuéntanos todos los detalles.

Jorge: Siempre es domingo, lunes y martes, este año es en abril: domingo 21, lunes 22 y martes 23, de 12:00 a 20:00 h, en el World Trade Center, en el mezanine y segundo piso. Todo está en la web, en <https://soundcheckexpo.com.mx>, el pre-registro cuesta \$200, si llegas al día del evento, cualquier día te cuesta \$400; el gafete te da acceso a todo, a todas las conferencias, a todos los stands, a toda la sala. En esta ocasión viene Alex Lora, invitado directamente por nosotros, viene a dar una masterclass en el auditorio Sound:Check; Argentina Durán,

una joven pianista clásica que está haciendo historia como una de las atrilistas más jóvenes en la historia de la Sinfónica Nacional; “Meme” de Café Tacuba, que lo perseguimos mucho y por fin pudimos tenerlo; Aureo Vaqueiro, un gran productor musical que hizo a Alejandro Fernández y a gran cantidad de artistas; Leslie Ann Jones, que es la jefa del estudio de Skywalker Sound; Michael Romanowski, para hablar de la masterización, que es un terreno también un poco soslayado, algunos piensan que hay un botón que lo hace, pues no, hay equipo especializado, orejas especializadas, monitores de acústica para masterizar; también, viene el ingeniero Rafa Sardina; Mark Lettieri, el guitarrista es Snarky Puppy, una banda innovadora de jazz fusión en Madrid, él estaba confirmado desde antes de la pandemia y aquí va a estar. Tendremos a gente muy importante, viene un mexicano, que es el número uno en el mundo, por sus estudios de posgrado en audio en Europa, yo creo que es el ingeniero mexicano más preparado en el mundo y viene a dar una conferencia por parte de Solid State Logic, él es Enrique Pérez González. Habrá conferencias de iluminación, audio, grabación, sonorización, mercadotecnia, en fin, el 99% de las marcas y casi el 100% de las empresas, que ya saben, en México hay muy poco fabricante, pero hay empresas que tienen 30, 40 o 50 marcas que son representantes de la marca en México. Todos van a estar en Sound:Check Xpo, aparecemos en todas las redes, en la revista pueden checar todos los avances, viene quien es quien, para que sepan más y no se pierdan las conferencias, que aparten en su agenda. La información completa está en <https://soundcheckexpo.com.mx/>.





Armando: La verdad es que podríamos platicar horas y horas, pero me gustaría que finalmente des un mensaje al público que nos va a leer, ¿qué mensaje les quieres dar?

Jorge: Agradezco mucho esa pregunta querido Armando. Haré un resumen de lo que hemos hecho en 25 años para la industria: compromiso, constancia, perseverancia, amor. Así como un veterinario salva la vida de un animal; así como un cirujano opera y cura a una persona; así como un abogado saca de un lío a una persona. Así es lo nuestro, tal vez no somos tan importantes como un abogado o un médico, pero no somos menos, si lo hacemos con amor, con compromiso, con educación, porque había mucho empirismo en lo nuestro. Antes no había donde estudiar esto, pero actualmente ya hay gente preparada, ya hay carreras de ingeniería, de producción de espectáculos; es muy importante la educación, constancia, pasión y termino diciendo, como lo escribió Paul McCartney: “y al final el amor que das, es el amor que recibes”.

Hemos sido sumamente premiados por la vida, por el público, por el lector, por el asistente, y esto no nos lo quita nadie. En estos 25 años, no tenemos más que gratitud para todos los que nos han apoyado, entre ellos, personas como tú, que nos conocemos desde antes de que empezáramos esto y que, de igual manera, han sido una inspiración para mi persona y para todos.

Armando: No nos queda más que decirte: gracias, ojalá cada país tuviera un Jorge Urbano que sea el enlace, esa persona que pueda engranar. ¡Gracias!



¡NOS RENOVAMOS PARA TI!

VISÍTANOS

hermesmusicclub.mx

TIENDA EN LÍNEA



Visita nuestras redes sociales

**Hermes
Music Club®**

AUDIO | ILUMINACIÓN | INSTRUMENTOS MUSICALES

MERENGLASS

30 ANIVERSARIO

Como parte de la celebración, la agrupación presentó una nueva producción discográfica, así como el libro “Ramón Glass, mi historia, la vuelta es México”

El tour ‘30 30’ es con el que celebra el grupo Merenglass 30 años de trayectoria, y fue en la Feria Tabasco 2024 donde se marcó el inicio de los festejos por el aniversario de la agrupación.

“Estoy emocionado porque iniciamos de manera oficial la celebración de nuestro 30 aniversario con el lanzamiento de un álbum interactivo y dinámico. Se trata de mi libro autobiográfico que lleva por nombre ‘Ramón Glass, mi historia, la vuelta es México, el sueño mexicano hecho merengue’. El libro se puede adquirir de manera digital o físico”, dijo Ramón Glass, director.



“Lo emocionante es que cada capítulo al final tendrá un QR, al escanear el QR te manda a un video, ese video es una entrevista a alguna de las personas que estén incluidas en el capítulo, y ella con sus palabras te hablará de él”, puntualizó.

La Vuelta es México en esta primera parte del libro narra la historia de Ramón Glass “Merenglass” desde su niñez hasta la actualidad en una confesión sincera y abierta. Conocerán de su propia letra y sentir el redescubrirse con el sueño mexicano hecho merengue. Esta narración es un regalo para todos los que estuvieron en los primeros años de su vida, y son cómplices del vislumbrar anticipado de la Vuelta es México. Además, es un regalo aún mayor para los que llegaron después, para nuestros fans y seguidores protagonistas de este trabajador gigante, que a través de su música ha difundido y colocado el ritmo contagioso y vibrante del merengue caribeño con un estilo mexicano, fusionando el sentir de México y el sabor de la República Dominicana por medio del Merengue Azteca con su grupo Merenglass, consolidando la migración positiva a través del sueño mexicano hecho merengue en la Vuelta es México.

Agradecemos a Ramón Glass haber tomado en cuenta a EJE Ejecutantes para formar parte de este libro, a través del presidente del Consejo Directivo, Armando Baez Pinal, quien escribió:

“Gracias a Ramón Glass la historia musical de México se ha enriquecido con el “Merengue”, género musical, cadencioso y sensual que da vida a nuestras fiestas. Este multifacético, carismático y talentoso músico nacido en Santo Domingo, República Dominicana formó parte del primer grupo de Merengue en 1989, para posteriormente, en 1994, consagrarse como creador de la hasta ahora agrupación más importante de este género: “Merenglass”.

Ramón es sin duda ejemplo del hombre orgulloso de sus raíces, así como del artista que refleja en cada una de sus acciones el compromiso consigo, con su agrupación y con su público, que cada vez es más numeroso.

Sus aportaciones como creador, músico, escritor, actor y productor entre otras facetas, ha hecho que el medio artístico mexicano se vea enriquecido al mantener vigente el merengue; es por ello, estoy cierto, de que su legado musical dejará una huella imborrable en México y en el mundo.

Los que tenemos la fortuna de contar con su amistad, sabemos también que, a su gran capacidad creativa, se suman otras grandes virtudes como ser humano cabal y ejemplar hombre de familia. Así que es un honor para mí invitarlos a leer su autobiografía.”

**Felicidades a la familia Glass y a todos los integrantes de esta agrupación,
¡larga vida a Merenglass!**

8M y PI

¡OCUPÉMONOS EN ALCANZAR
LA PARIDAD DE GÉNERO!

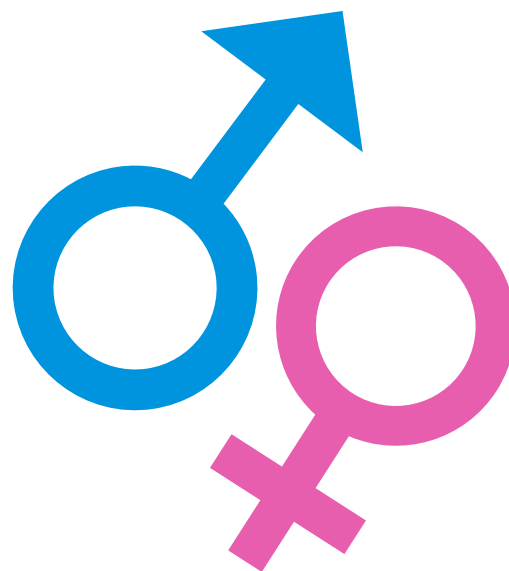


En este 2024, bajo el lema ‘Invierte en mujeres: acelera el progreso’, el mundo entero conmemoró el Día Internacional de la Mujer. Este llamado resuena profundamente en el ámbito de la propiedad intelectual (PI), donde persiste una marcada disparidad de género.

Las Naciones Unidas, a través de sus organismos especializados, incluida la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), han sido tajantes en cuanto a que la igualdad de género y el bienestar de las mujeres son fundamentales para construir economías prósperas. Sin embargo, en el campo de la PI, y en concreto en patentes, seguimos enfrentando una enorme brecha en materia de equidad.

Para este 8M, la OMPI, a través de la publicación de un estudio realizado conjuntamente por la Alianza Global de PI (GLIPA) y el think tank mexicano, CAINNO, así como con un comunicado conjunto con oficinas y asociaciones de PI a nivel mundial – entre las cuales no figuran las mexicanas – reitera que los obstáculos para acceder a recursos se traducen en la grave subrepresentación de las mujeres en el ecosistema de PI.

A nivel mundial, y a pesar de representar una parte significativa en la economía – sobre todo tratándose de MIPYMES– en 2023, y en materia de patentes, la brecha de género sigue siendo evidente. Solo el 20% de las solicitudes presentadas a nivel mundial contiene a una inventora; en el campo de los diseños, la situación no mejora. Y, si queremos agravar la situación, en la investigación, de cada tres investigadores, solo una es mujer, mientras que, de cinco empleos en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, solo uno es ocupado por una mujer.



En América Latina, la disparidad de género en el sistema de patentes es también preocupante. Según estudios de la OMPI, la participación de inventoras en solicitudes de patente apenas alcanza 13% en lo que va del siglo. De mantenerse esta tendencia, la paridad de género en el patentamiento en la región no se lograría hasta 2068, es decir, siete años después de la proyección global para 2061.

Esta preocupante situación subraya la urgente necesidad de abordar las barreras que impiden la plena participación de las mujeres en estos campos y de promover políticas y acciones que fomenten la equidad de género en todas las áreas relacionadas con la innovación y la creatividad.

Todo lo anterior subraya la necesidad urgente de esfuerzos inmediatos y concertados, tanto financieros como estratégicos. Es hora de movilizar recursos e implementar iniciativas impactantes para asegurar que la igualdad de género sea una realidad tangible.

Es crucial que todos los involucrados, incluidas las mujeres y las autoridades, colaborem estrechamente con la OMPI, otras oficinas de PI, universidades y asociaciones civiles, en múltiples acciones que van desde la recopilación de datos de PI, especialmente en lo que respecta al género, hasta el desarrollo e implementación de políticas y estrategias efectivas para fomentar una mayor participación femenina en el sistema de PI. Es fundamental que éstas sean efectivas y alcancen a las mujeres innovadoras y creativas para animarlas activamente a involucrarse con el ecosistema de la innovación y PI.

Así, el objetivo es claro: inspirar, incluir y acelerar la participación de las mujeres en el desarrollo, protección y explotación de la innovación y la creatividad. El

invertir en mujeres, y con ello, cerrar la brecha de género en patentes, va más allá de una cuestión de justicia. Dedicarse a ello se traduce en trabajar en pro del crecimiento económico, bienestar y desarrollo.

Manos a la obra para, más que alcanzar la equidad de género, se active una enorme fuerza generadora de innovación. Es hora de actuar con determinación para crear un sistema de patentes más inclusivo y equitativo que refleje el gran potencial de las mujeres.

<https://www.eluniversal.com.mx/opinion/miguel-angel-margain/8m-y-pi-ocupemonos-en-alcanzar-la-paridad-de-genero/>



sound:check

magazine México

la industria de la música y el espectáculo



¡Léenos en casa!

Somos el puente entre la industria de la música y el espectáculo y sus profesionales.

Te entregamos hasta donde estés las noticias más importantes de nuestro medio sin que salgas de casa.

Aprovecha el momento para estar bien informado en el **audio, video, iluminación, backline, DJ y escenarios profesionales.**

¡Porque la industria de la música y el espectáculo no se detiene!



Revista digital



El Poder del Storytelling en tu Música

Por Francisco Benitez

Imagina por un momento que cada canción que creas es un viaje, una historia esperando ser contada. **¿No es increíble cómo unas pocas notas pueden evocar emociones tan profundas, transportándonos a momentos específicos de nuestras vidas?**

Ese es el poder indiscutible del storytelling en la música.





Letras que hablan:

Cada letra que escribes es una puerta a un nuevo mundo.

Ya sea inspirado por un amor perdido, una lucha personal o simplemente un momento de revelación bajo la luz de la luna, tus palabras tienen el poder de resonar.

Piensa en tus letras como conversaciones íntimas con tus oyentes, donde les revelas un pedazo de tu alma.

Videos musicales con alma:

En esta era visual, los videos musicales son tu lienzo. No es solo una cuestión de tocar en un escenario bonito o tener efectos especiales llamativos. Es tu oportunidad de contar una historia paralela, de darle a tus fans una ventana a la esencia de tu música. Desde un video casero que captura esos momentos genuinos de creación, hasta una producción elaborada que te lleva a un viaje cinematográfico, cada video es una pieza de tu narrativa musical.

Redes sociales, tu diario musical:

Las redes sociales son mucho más que una plataforma; son tu diario interactivo. Comparte esos momentos de inspiración súbita, las noches de insomnio llenas de creatividad o incluso tus dudas y miedos. Este nivel de honestidad y vulnerabilidad transforma a tus seguidores en compañeros de viaje, creando una comunidad que se siente parte de tu proceso.

Conciertos, donde las historias cobran vida:

No hay nada como la magia de un concierto en vivo. Cada actuación es una oportunidad de contar las historias detrás de tus canciones, de compartir esos pequeños detalles que las hacen únicas. Es en el escenario donde la conexión se profundiza, donde los fans no solo escuchan tu música, sino que viven tus historias junto a ti.

Explorando nuevos horizontes narrativos:

El futuro del storytelling musical es más emocionante que nunca. Con la evolución de la tecnología y el surgimiento de nuevas plataformas, las oportunidades de contar tu historia son infinitas. ¿Has pensado en lanzar un podcast donde explores el origen de tus canciones o en sumergir a tus fans en una experiencia de realidad virtual que complemente tu álbum? Las posibilidades son tan ilimitadas como tu creatividad.

Recuerda, cada canción que creas es una historia esperando ser descubierta, una oportunidad de conectar con tus oyentes a un nivel profundamente humano.

¡Aprovecha el poder de las redes sociales para hacer llegar tu mensaje a todo el mundo!

Así que sigue explorando, sigue compartiendo y sigue conectando.



Si quieres saber más sobre el negocio de la música y las redes sociales no olvides visitar www.musicosexitosos.com



Día del & Día internacional del niño



La música en el mundo:

Australia y The Bee Gees

Desde las escarpadas costas de Victoria hasta los vastos paisajes del interior, Australia ha sido testigo de la inspiración y la creatividad que han dado forma a algunas de las leyendas más grandes de la música. En este rincón del mundo, se forjó el talento de una de las bandas más

icónicas de todos los tiempos: The Bee Gees. Originarios de la costa de Victoria, este trío de hermanos encontró en los sonidos del océano y la belleza natural de su entorno una musa para su música. Su legado perdura como un testimonio del impacto duradero que la cultura australiana ha tenido en la escena musical mundial.



Por: **Majo Cornejo**

Los hermanos Barry, Robin y Maurice Gibb, conocidos mundialmente como The Bee Gees, nacieron y crecieron en la costa de Victoria, rodeados por la majestuosidad del océano y la serenidad de los paisajes costeros. Desde una edad temprana, mostraron un talento innato para la música, influenciados por los sonidos del océano y la rica tradición musical de su país.

En la década de 1960, The Bee Gees emergió en la escena musical internacional con su distintivo estilo vocal y sus habilidades compositivas excepcionales. En 1967, lanzaron su sencillo "New York Mining Disaster 1941", que alcanzó el top 20 en las listas de éxitos en varios países, estableciendo su reputación como una banda con un gran potencial. Este éxito les permitió firmar un contrato discográfico con Polydor Records en el Reino Unido.

La década de 1970 marcó el apogeo de The Bee Gees, cuando se convirtieron en íconos de la era disco. Su contribución a la banda sonora de "Saturday Night Fever" en 1977 los catapultó a la fama mundial. Temas como "Stayin' Alive", "How Deep Is Your Love" y "Night



Fever" dominaron las listas de éxitos, consolidando su posición como líderes indiscutibles de la música disco.

A lo largo de su carrera, The Bee Gees acumuló una impresionante cantidad de premios. Ganaron varios premios Grammy, incluido el codiciado premio al Álbum del Año por "Saturday Night Fever". Además, recibieron múltiples premios American Music Awards y Brit Awards, así como un lugar en el Salón de la Fama del Rock and Roll en 1997.

A pesar de su éxito, The Bee Gees experimentó altibajos en su carrera. Después del auge de la música disco, la banda se

enfrentó a nuevos desafíos y cambios en el panorama musical. Sin embargo, continuaron creando música innovadora y explorando diferentes estilos, demostrando su versatilidad como artistas. Tras la trágica muerte de Maurice en 2003, The Bee Gees dejó de tocar activamente como trío. Aunque Barry Gibb continuó su carrera en solitario, el legado de la banda sigue vivo en la memoria de millones de fans en todo el mundo. Su música continúa inspirando y uniendo a las personas más allá de las fronteras y las barreras, recordándonos el poder eterno de la creatividad y la pasión en la música.



MAMI VAMO ARUMBIAR

1



corro mami

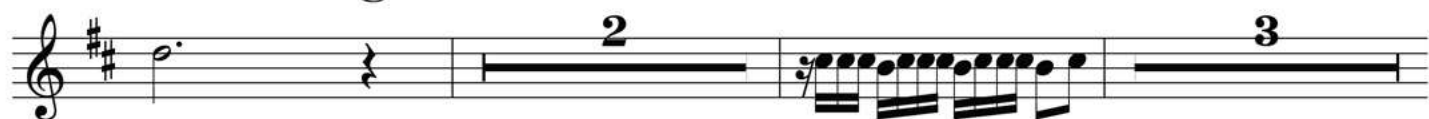


pa la calle

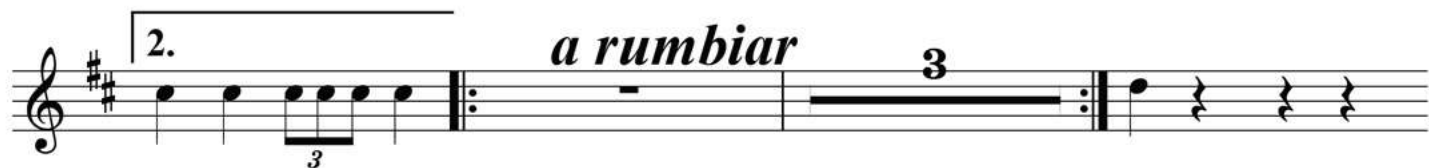
mambo 1



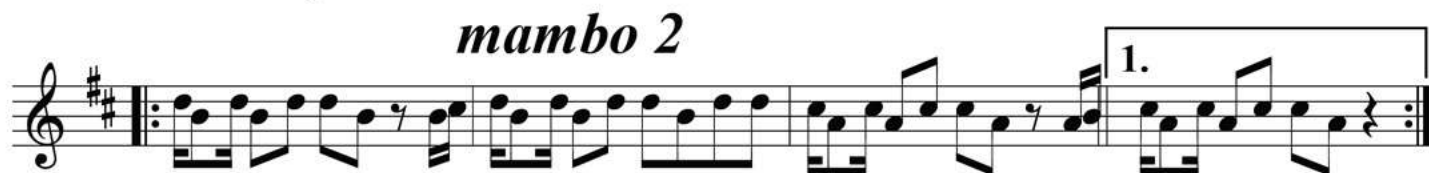
vamos a gozar



goza goza

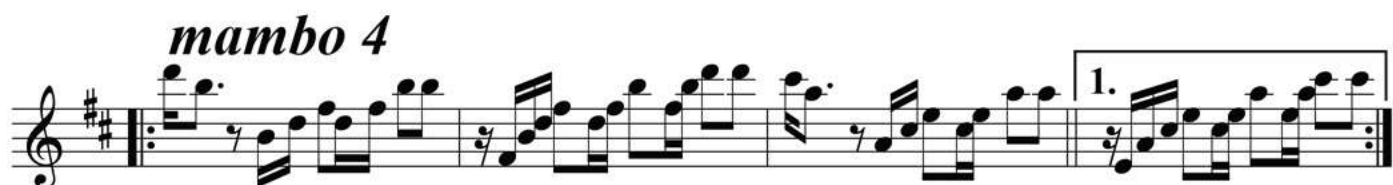
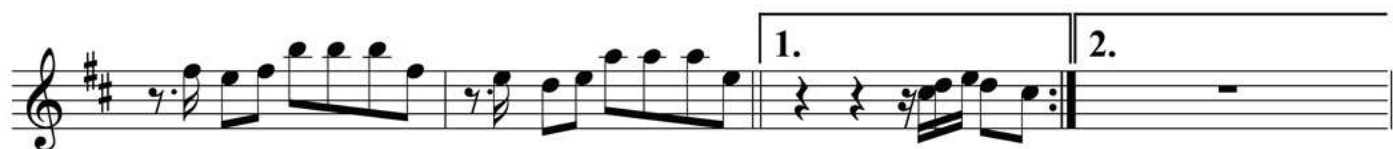
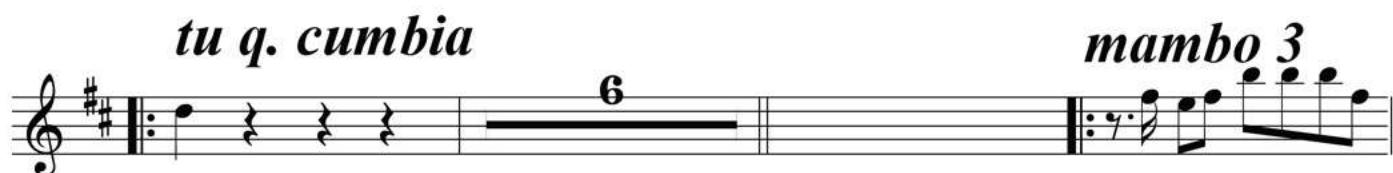
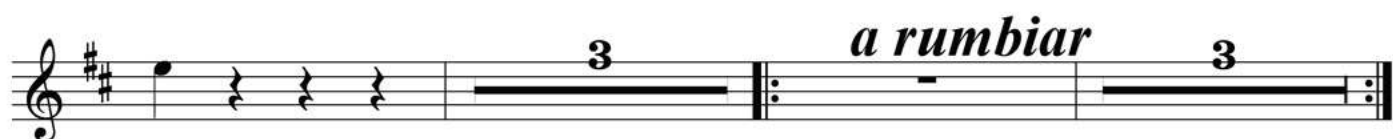


a rumbiar



mambo 2







30/30
LADO A

M E R E N G L A S S

NUEVO LANZAMIENTO



PRODUCCIÓN

Merenglass

MÚSICOS QUE PARTICIPAN:

Mangione Molina (Piano)
Chayanne Duverge (Bajo)
Wilson Santos (Tambora)
Alexander González (Guira)
Carlos Frías (Conga)
Manuel Fernández (Timbal)
Angel Rosario (Saxofón)
Rafael Hurtado (Trompeta)
Josefrank De Óleo (Trompeta)
Amauris Colón (Coro)
Ramón Glass (Voz)

INGENIERO DE GRABACIÓN: Junior Concepción

INGENIERO DE MEZCLA: Adonis Acosta

INGENIERO DE MASTERIZACION: Víctor Miguel

Temas

▮ **LLEGÓ MERENGLASS**

Autores: Virgilio Román, Ramón Glass
 Arreglo: Mangione Molina, Virgilio Román

▮ **CARA KILLÁ**

Autor: Ramón Glass
 Arreglo: Mangione Molina, Ramón Glass, Jerzy Glass

▮ **NIEVE EN VERANO**

Autor: Jerzy Glass
 Arreglo: Mangione Molina, Jerzy Glass

▮ **EL MUDO**

Autor: Tadeo Arredondo
 Arreglo: Mangione Molina

▮ **EL BAILE DEL OSO**

Autor: Ramón Glass
 Arreglo: Mangione Molina

▮ **PA' BAILAR EN NAVIDAD**

Autor: Mundito Espinal, Chuky Acosta, Ramón Glass
 Arreglo: Mangione Molina, Ramón Glass

▮ **VAMOS A RUMBEAR**

Autor: Ramón Glass
 Arreglo: Mangione Molina, Ramón Glass

▮ **LA COSITA**

Autor: Raul Ordoñez
 Arreglo: Mangione Molina

▮ **MÁTAME**

Autor: Dayron Nuñez, Juan Quiñones, Osniell Quiñones
 Arreglo: Mangione Molina

▮ **NO TE VAYAS**

Autor y Arreglo: Ramón Glass

AUTOR Y ARREGLO

Ramón Glass

Merenglass, muy emocionado de compartir que el 4 de marzo celebró 30 años en la escena musical. Con tres décadas de trayectoria, el grupo continúa siendo un referente del género, llevando su música contagiosa y su energía inigualable a audiencias de todo el mundo. Para conmemorar este hito significativo, la agrupación ha preparado una serie de emocionantes sorpresas para sus fans. Entre ellas se incluyen:

Nueva Música: Han trabajado arduamente en la creación de nueva música que promete cautivar a sus seguidores y atraer a nuevos oyentes. Con ritmos frescos y letras pegajosas, Merenglass continúa elevando el estándar del merengue.

Colaboraciones Especiales: Como hemos visto desde el año pasado Merenglass se enorgullece de anunciar colaboraciones con artistas importantes de diferentes géneros.

Estas colaboraciones traerán una nueva dimensión a la música del grupo con fusiones únicas de estilos.

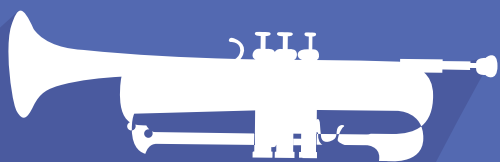
La agrupación está ansiosa por compartir esta celebración especial con sus seguidores y agradecerles por su apoyo inquebrantable a lo largo de los años.

La música y el espíritu festivo del grupo continúan más fuertes que nunca, y están listos para hacer que este aniversario sea inolvidable





TALLERES LIBRES



TALLERES DE INICIACIÓN Y PÉRFECCIONAMIENTO MUSICAL

INSCRIPCIONES
ABIERTAS

2023
2024 CICLO
ESCOLAR



☎ 55 8625 8780

📞 55 1688 0911



/icapacitacionmusical



La ruta de la canción

Por **Rodrigo De La Cadena**

Afortunadamente, querido bohemio lector, quien estas líneas le escribe ha tenido oportunidad de viajar y conocer otros países desde que era niño y confieso que como un ser cuyo alimento del alma es la música, gran parte de mi curiosidad e interés por conocer otras latitudes sucedió gracias al tesoro cultural que muchas de estas naciones han forjado a través de los tiempos.

Atendiendo esta necesidad impulsiva y natural de la gran mayoría de seres humanos quienes encontramos en la música un estilo de vida es que la industria del turismo, en comunión con instituciones y sociedad organizada ha sabido preservar el espíritu de los lugares en cuyos espacios se desarrollaron momentos históricos en la vida musical del mundo, de modo que hoy dichos lugares son referentes como atracción turística a nivel internacional.

Algunas grandes capitales del mundo, contra toda expectativa, han sorprendido mi imaginación positiva y negativamente, resultando, a veces, las menos prolíficas en su bagaje artístico aquellas cuya labor de resguardo está increíble y celosamente enraizado y preservado.

Apartir de estas ideas es que hoy quiero confesarle, entrañable bohemio irredento, que, comenzando por la República Mexicana, fue el flaco de oro Agustín Lara quien me inspiró a conocer Tlacotalpan y el mismísimo puerto de la Villa Rica de la Vera Cruz a través de sus memorables boleros tales como “Veracruz”, “Noche criolla”, “Sueño Guajiro” o “Casita Blanca”. Puedo jurar que esas canciones recorrieron mi espíritu antes, durante y después de mi encuentro con dichas tierras. Es más, si de confesiones se trata le cuento que probablemente mi interés nunca se hubiera despertado por conocer Janitzio, Madrid o Granada, de no haber sido por los bordados de poesía y música que el Flaco de Oro realizó.



¿Qué sería de Mazatlán, Puerto Vallarta, Atotonilco, Zacazonapan, Zacatlán, Tehuantepec, Matamoros, Monterrey, Sinaloa, Chihuahua, Tamaulipas, Tabasco, San Luis Potosí o Zacatecas sin sus corridos y canciones?

¿Quién de ustedes, imbatibles bohemios, no idealizó Mérida (Ciudad Blanca), Chapala, Guadalajara, Cocula o los altos de Jalisco sino a través de la pluma del pintor musical de México, Pepe Guízar o el maestro Manuel Esperón?

¿Quién no vivió a flor de piel la pelea de gallos de Aguascalientes sin siquiera haber estado en su feria gracias a la magistral composición de Juan S. Garrido? ¿A qué extranjero conoce usted que no mencione, casi como decreto, que nuestro país es lindo y querido? Es más; niégume que en sus viajes por carretera su alma no le exija reproducir aunque sea mental e incansablemente los "Camino de Guanajuato" de José Alfredo o los "Camino de Michoacán" de Bulmaro Bermúdez. ¿O es que alguna vez en las noches de Acapulco no se le ha antojado con sus manos enjuagar las estrellitas en el mar juguete?

En el mundo sucede lo mismo, son las canciones populares y la vida de los artistas parte fundamental de los inseparables activos subvalorados y menos alentados de la atracción turística internacional. Como andamos ya en confianza entrados, cómplices míos, también les confieso que si algo más recuerdo y atesoro en mi memoria afectiva es haber recorrido la calle de "Caminito" en el barrio de la Boca en Buenos Aires o pasar junto a la inexistente dirección fantasma del número 348 de la avenida Corrientes en Argentina. Declaro mi hazaña personal al conocer la casa de Beethoven en la pequeña ciudad de Bonn, Alemania, visitar el museo de Chopin en Varsovia, haberme fotografiado en el cruce peatonal de cebra en Abbey Road en Londres, sin pasar por alto la ilusión que me causó conocer después de las canciones sitios como el viejo San Juan; mirar la luna sobre Matanzas, vibrar las noches de Moscú, cruzar "del puente a la alameda" en Lima, ver caer la tarde en la Lisboa antigua, contemplar la ribera de la Arauca venezolana, navegar sobre el lago azul de Ypacaraí, nostlgar los recuerdos de la Alhambra, caminar la esquina de Prado y Neptuno, descubrir Santiago de Cuba, la tierra de donde -se dice- son los cantantes, vivir emociones profundas sobre la góndola en un sereno canal de romántica luz en Venecia, beber café en una de las más famosas terrazas de Ipanema, en la del Bar do Veloso (hoy bar Garota de Ipanema), ubicado en la antigua calle Montenegro (hoy calle Vinicius de Moraes). Estas son, bohemio mío, de las mejores experiencias de mi vida.



En fin... Más allá del vituperio qué pueda causar esta aparente presunción del privilegio vivido, esta entrega de **#PeligroSóloBohemios** propugna dos asignaturas:

1 Establecer la urgente declaratoria por establecer la ruta del bolero y la canción mexicana desde Tijuana hasta Yucatán pasando por la ciudad de México, en donde urge un museo de la canción que bien puede instalarse en sitios emblemáticos que hoy están en el auténtico abandono, tales como el cabaret “El Patio” o el otrora icónico centro nocturno “Qüid”, en donde debutara mi maestro, nuestro maestro: Armando Manzanero.

2 Para activar un importante sector económico y abrir múltiples plazas de trabajo para nuestros artistas y trabajadores del espectáculo, muy al estilo de Las Vegas, urge destinar una zona geográfica de nuestro país para crear la capital latinoamericana del entretenimiento en México. No sé si sea en el desierto de Sonora o en algún destino turístico, pero no es posible que en nuestro país no existan propuestas de shows de primer nivel que contemplen la expresión artística nacional como atractivo turístico. Es momento de pensar en Las Vegas mexicanas.

Y parafraseando a mi amigo Nino Canún: ¿Y usted qué opina? Para contestarme hágalo al correo personal que yo siempre contesto: rodrigodelacadena@yahoo.com

¡Ni una línea más!



¡TE INVITAMOS!

00:00 HRS.

**DOMINGO
A LA MEDIA NOCHE**



LIVE

18:00 PM.



El aprendizaje de **PAQUITA LA DEL BARRIO**

Por: **Carlos Arturo Martínez Negrete**

El pasado 8 de marzo se conmemoró el “Día internacional de la mujer” qué importante es visibilizar este día, en México uno de cada 3 hogares es sostenido por una madre “jefa de familia”, llevan el peso en responsabilidad educativa, económica, moral y espiritual.



Si bien, siempre he dicho que no hay un manual para padres, las mujeres se guían por un instinto superior indescifrable para la ciencia, creo firmemente que aquí tendría mucha validez lo que escribía Jacobo Grinberg, esa conexión y fuerza mental con la que cultivan el amor a su sangre.

El pasado 13 de marzo las trabajadoras de la Ciudad de México recibieron un evento en la Arena Ciudad de México en Azcapotzalco, donde el plato estelar fue la maestra Paquita la del Barrio, quien deleitó con su obra popular en doble sentido, jocosa y en defensa de las mujeres.

La energía que se vivió me permitió reconocer a una mujer adulta con dificultad para moverse en el escenario, es apoyada por una silla de ruedas, todo el espectáculo lo hace sentada, su calidad interpretativa está intacta, la fuerza con la que se empeña en complacer al público se siente a kilómetros de distancia.

Presumiblemente con mal de Parkinson, me llamó poderosamente la atención el poder reconocer a una creadora que a su edad en plenitud pueda seguir disfrutando de compartirse en un escenario, de disfrutar el aplauso, de ser un ser humano que vive con dignidad su edad disfrutando de lo que sabe hacer.

Qué gran lección está última de Paquita, el poder seguir siendo autónoma económicamente, de con total plenitud generar ovaciones de pie, de seguir permitiéndose sonrojar su cara, de sonreír disimuladamente, de agradecer con miradas cabizbajas, tímidas.



Con el placer supremo de comunicar, provocar, enardecer, generar y hasta estimular a una audiencia asumida en una sola “Paquita”, fueron miles de “Paquitas” esa tarde.

Sin arrogancia honrarse una verdadera guerrera, luchadora, que sin un solo movimiento escénico y apoyado de un ballet folclórico reconociendo nuestras raíces, fortaleciendo nuestro sentido de pertenencia, ese que solo tenemos los capitalinos pues nuestros ancestros están en todos lados, la ciudad es una comunidad pluricultural.

Fui testigo del reconocimiento que desearía fuera para todos los adultos en plenitud, que esta historia permeó en nuestros abuelos, en nuestros viejos, en quienes han forjado con su historia nuestro presente, gracias Paquita por permitirme ver lo que puedo ser con respeto propio hacia mí y los demás, de ser un deseo en mi pronta vida en plenitud, si el creador así lo dispone.



Carlos Arturo Martínez Negrete es productor musical, investigador sobre la preservación del patrimonio cultural, derechos humanos y culturales, conocido también como **Carlos Lima** @charlylima



POR: ANTONIA PASTÉN

PERÚ, COLOMBIA Y CHILE

FRENTE A LA PROPIEDAD INTELECTUAL DEL SONIDO

“

El uso de música en un recinto público está condicionado por la respectiva Ley de propiedad intelectual, de la que se desprenden diversos derechos. Este acto tiene por nombre comunicación pública y debe ser remunerado por cada establecimiento como forma de pago hacia la persona creadora de cada composición.

”

En tiendas de retail, restaurantes y pubs, los clientes o usuarios son recibidos con música, muchas veces, más allá de acordes anónimos y ambientales, sino de reconocidos artistas que se escuchan en la radio o hacen giras internacionales.

La pregunta es si los establecimientos comerciales o de atención de público deben remunerar a los autores o se trata de un bien público. Le preguntamos a especialistas de distintos países de la región y encontramos que los sistemas son sumamente similares y lo que cambia son los organismos que ante los cuales se pueden hacer valer los derechos pertinentes.

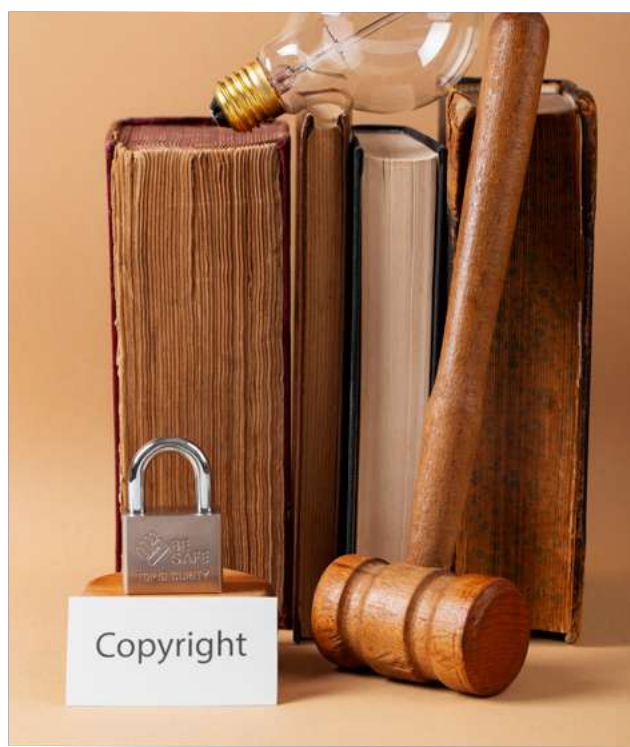
PERÚ

En Perú está vigente esta legislación que protege los derechos de autor y los derechos conexos y, asimismo, una regulación para las entidades de gestión colectiva conforme con la recaudación de regalías derivadas de estos derechos.

Para que una obra sea protegida legalmente no se quiere registro, sino que desde su creación es resguardada por un determinado plazo. De igual forma, se recomienda inscribirla en la Dirección de Derecho de Autor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

El Decreto Legislativo 822 (Ley sobre el derecho de autor) garantiza la protección de los derechos patrimoniales del intérprete durante toda su vida, de hecho, si el autor fallece, su obra queda asegurada hasta 70 años después. Con posterioridad a ello pasa a ser de dominio público.

Referente a la remuneración del producto, existen diversas sociedades que facilitan el desarrollo de este proceso, como por ejemplo la Sociedad de Gestión Colectiva (SGC). Especialistas explican que a través de ella se establecen tarifas generales aplicables por la explotación de las obras cuyos derechos administran y recaudan las remuneraciones correspondientes al uso de su repertorio, mediante la aplicación de tarifas aprobadas y publicadas.



COLOMBIA

Colombia cuenta con esta misma legislación, con entidades diferentes. Las principales compañías son: Asociación Colombiana de Intérpretes y Productores Fonográficos (ACINPRO) y la Sociedad de Autores y Compositores de Colombia (SAYCO), ambas encargadas de proteger los derechos de los artistas.

José Roberto Herrera, abogado de sistemas de gestión y de derechos de autor, sostiene que este tema no ha sido pacífico a lo largo del mundo, pero es algo muy positivo para el autor de las obras, ya que es su única manera de recibir un pago frente al uso de sus canciones: “Es muy difícil que ellos gestionen independientemente el control de sus obras”.

Pese a las críticas contra el cobro, Herrera se considera defensor de este sistema: “Hay algunas posturas que dicen que debe haber una gestión colectiva obligatoria, otros dicen que la gestión colectiva no debe ser obligatoria, pero también hay un gran problema con gestores independientes que muchas veces terminan en estafas”.

Suele suceder que algunos artistas emergentes y los ya existentes no saben cómo monetizar sus creaciones y defenderlas del plagio, siendo la celebración de contratos la mejor manera de proteger sus obras.

CHILE

En Chile, una de las entidades autorizadas para administrar y dar cuenta de los pagos respecto de cada composición es la Sociedad Chilena de Autores e Intérpretes Musicales (SCD), creada en 1987. Es una corporación privada y sin fines de lucro que cuenta con la venia del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

Antes de su creación, la gestión de derechos sonoros estuvo a cargo del Estado por cerca de 50 años. Es decir, antes no existía un seguimiento de los establecimientos para cobrar por el uso del sonido, como lo hace hoy en día la SCD.

Este organismo cobra por el uso de la música a diversos recintos, desde supermercados hasta pubs. El artículo 100 de la Ley 17.336 hace efectivo este procedimiento, que deja a su libre criterio la determinación de tarifas. Para ello toma en cuenta los metros cuadrados del lugar, porcentaje de ganancias y público que asiste, entre otros.

De esta forma, la SCD otorga una licencia a cada establecimiento interesado, gracias a la cual pueden utilizar la música que deseen, tanto nacional como internacional. El monto para recabar puede llegar a ser de hasta un 4.8% (art.3°).

Juan Cristóbal Ríos, abogado de propiedad industrial de la Universidad de Chile, señala que la SCD cumple un rol esencial para la protección de los derechos de propiedad intelectual de autores y otros sujetos de derechos.

En cuanto al cobro que realiza la SCD: “Se determinan de forma unilateral, sin un vínculo, lo que podríamos llamar valor de mercado y esto genera que agentes en el mercado como locales musicales se vean forzados a acatar la imposición de un determinado porcentaje por metro cuadrado sin tener la posibilidad de discutir los montos”.

Es por ello por lo que sugiere plantear este tema a nivel parlamentario y revisar las condiciones en que van a operar las entidades para que exista un equilibrio entre los titulares de los derechos con la comunidad.

Por su parte, existen cuatro sellos grandes en la industria: Sony, EMI, Warner y Universal, los cuales se unieron formando la Sociedad de Productores Fonográficos y Videográficos de Chile (PROFOVI). Esta sociedad, además del cobro propio de la SCD, realiza otro adicional por uso del derecho de reproducción o almacenamiento de las obras en aplicaciones o en un computador.





CONTROVERSIAS SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL DEL SONIDO

En Chile existe jurisprudencia (2007): la Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD) no puede cobrar por música radial en un Café. En la época se disputaba si este cobro tenía que implementarse de la misma manera para todos los locales, sin hacer distinción entre uno que utiliza la música para ambientar el lugar y otro al que se va exclusivamente a disfrutar de ella, como a una discoteca.

En este juicio se discutía por qué la SCD no hacía una distinción en cuanto a las tarifas de los distintos lugares públicos, hecho que en la actualidad se encuentra detallado dependiendo del sector económico del que se trate.

Esta sentencia reafirma el criterio anterior de la Corte Suprema, en el sentido de que no es posible cobrar doblemente por la reproducción de una obra musical, primero a la radioemisora o televisora, y luego, al local que es usuario de las respectivas ondas radiales o televisivas.

Juan Cristóbal Ríos se refirió a esta jurisprudencia, aclarando que cualquier cobro o criterios que abarca el derecho de autor debe ser muy bien ponderados para no incurrir en conductas abusivas. “El objetivo que persigue el derecho de autor es la propagación de las obras y el goce de estas por parte de la sociedad, por lo tanto, cualquier tipo de obstáculo desproporcionado carece de justificación legal, económica y cultural”.

EN PALABRAS SIMPLES

El uso de música en un recinto público está condicionado por la respectiva Ley de propiedad intelectual, de la que se desprenden diversos derechos. Este acto tiene por nombre comunicación pública y debe ser remunerado por cada establecimiento como forma de pago hacia la persona creadora de cada composición.

Primero, están los derechos de autor, que comprenden a los creadores de una canción. Segundo, los derechos conexos de intérpretes, que aluden a las personas que tocan o cantan la canción, pero que no son los creadores y por último, los derechos de productores de fonogramas, que refiere a los sellos discográficos que tienen como función pagar la grabación de una canción.

Al igual que la música, esta ley protege los derechos de los guionistas, actores, productores audiovisuales, entre otros, que también consiguen gratificación por el uso externo de sus obras.



¡CONTÁCTANOS!



5614392881



comunicacion@ejemusicos.com



DIRECTORIO

- **Armando Baez Pinal**
Presidente
- **Marco Antonio Morel Guevara**
Vicepresidente
- **Mónica del Águila Cortes**
Secretaria
- **Filemón Arcos Suárez**
Primer vocal
- **Salvador Merchand López**
Segundo Vocal
- **Dorio Ferreira**
Tercer Vocal
- **Luis Valle Villalpando**
Cuarto Vocal
- **Fernando de Santiago Casanova**
Presidente Comisión de Vigilancia
- **Elías Mejía Avante**
Vocal de Comisión de Vigilancia
- **J Jesús López Hernández**
Vocal de Comisión de Vigilancia
- **Sergio Alvarado Uribe**
Director General



El 23 de julio de 1999, ante el Lic. Hector Trejo Arias, Notario Público número 234, fue constituida **EJE EJECUTANTES**, la cual representa a los músicos ejecutantes, los que son titulares de DERECHOS CONEXOS, contenidos y protegidos en la propia Ley Federal del Derecho de Autor.

La sociedad fue fundada y debidamente registrada ante el INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR (**INDAUTOR**), debido a la necesidad de defender los intereses patrimoniales de los músicos ejecutantes.

EJE EJECUTANTES mantiene una cercana y estupenda relación con los sindicatos locales y nacionales que agrupan al gremio de los músicos, procurando que, a través de estos, se dé la mejor y oportuna información a los músicos ejecutantes mexicanos.

CONTACTO

Facebook: Ejecutantesmx

Twitter: EJE_Ejecutantes

YouTube: EJE Ejecutantes

Página web: www.ejecutantes.com

Correo electrónico: contacto@ejemusicos.com

Teléfono: 55 56 89 19 89

Presidente y Editor Responsable: Mtro. Armando Baez Pinal

Contacto: armandobaez@ejemusicos.com

Directora de Comunicación: Lic. Valeria Baza Durán

Contacto: comunicacion@ejemusicos.com

Directora de Educación y Cultura: Edna Elorriaga Santiago

Contacto: cultura@ejemusicos.com

Asistente: Diana Manzano

Colaboradores:

Majo Cornejo

Rodrigo de la Cadena

Francisco Benítez

Carlos Lima

Omar Yair Ortega Pérez

Jefe de Información: Lic. Rafael Pérez Barreiro

Contacto: rafa@idmedia.group

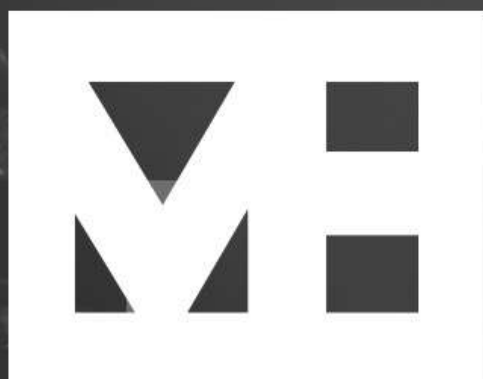
Diseño: ID Media Group

Estefany Almaraz Rosas

José Luis Mireles Casas

José Alejandro Padilla Juárez

Sofía Alejandra Jaime Odreman



**MÚSICA HECHA
EN MÉXICO**

DOMINGO
19:30 HRS.

