



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

LA SECCIÓN DE ESPECTÁCULOS
DE *EL HERALDO DE MÉXICO* (1965-1970)

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PRESENTA: JESÚS MARTÍNEZ PATRICIO
ASESORA: LAURA NAVARRETE MAYA

2005



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradezco infinitamente a:

Mis padres, por su apoyo incondicional.

A mis hermanos, por su gran ejemplo.

A mi asesora, por su paciencia.

**Dedico este trabajo
con todo mi afecto y respecto a:**

**Mis padres.
A todos los que tuvieron que ver,
directa e indirectamente,
para que yo llegara a este sitio.
A todos los que han creído en mí,
y a los que no...también.**

**Este es sólo un pequeñísimo escalón
en la larga escalera hacia el éxito profesional**

INDICE

Introducción.....	1
Capítulo 1	
Las industrias culturales y la cultura de masas.....	8
Capítulo 2	
Contexto histórico.....	21
2.1 Aspectos culturales y medios.....	21
2.2 El cine nacional de los sesenta.....	27
2.3 Radio de los sesenta.....	31
2.4 Industria discográfica de los años sesenta.....	33
2.5 La industria de la televisión mexicana de los sesenta.....	35
2.6 Teatro mexicano de los sesenta.....	38
Capítulo 3	
El Heraldo de México.....	41
3.1 Nace <i>El Heraldo de México</i>	41
3.2 Gabriel Alarcón Chargoy, su director.....	45
3.3 Características de <i>El Heraldo de México</i>	49
3.3.1 Primera plana.....	50
3.3.2 Imágenes y publicidad	55
Capítulo 4	
El Heraldo de los Espectáculos	62
4.1 Secciones de espectáculos paralelas a <i>El Heraldo de los Espectáculos</i>	63
4.2 Caracterización de <i>El Heraldo de los Espectáculos</i>	69
4.2.1 TV-Radio y Discos	72
4.2.2 Cine y Teatro	80
4.2.3 Los géneros periodísticos dentro de <i>El Heraldo de los Espectáculos</i> ..	87
4.2.4 Las fotografías y la publicidad en <i>El Heraldo de los Espectáculos</i>	98
4.2.5 Colaboradores de la sección de espectáculos de <i>El Heraldo de México</i>	104

4.3	El Heraldo de los Espectáculos, hacedor de talentos	106
4.3.1	Premios Heraldo	108
4.3.2	"La Voz" y "El Rostro" de El Heraldo	112
4.4	El suplemento de espectáculos de El Heraldo de México	114

Conclusiones.....	124
--------------------------	------------

Bibliografía.....	131
--------------------------	------------

INTRODUCCIÓN

A continuación se presenta un trabajo dedicado a los primeros cinco años de existencia de la sección de espectáculos de *El Herald de México*, diario dirigido por Gabriel Alarcón Chargoy –se han tomado los primeros cinco años de la publicación puesto que es cuando se forma y toma fuerza la sección de espectáculos de dicho rotativo-, cuya finalidad es dar a conocer las características de dicha sección, encabezada por el periodista Raúl Velasco, la cual fue de gran importancia para el desarrollo del medio de la farándula; pues a través de los trabajos periodísticos dedicados a este rubro, el público se enteró de los nuevos trabajos realizados dentro del cine, los discos, la televisión y, en menor medida, de la radio y el teatro.

La presente Tesis es de rescate y descriptiva cuya finalidad es la de dar a conocer -tanto a investigadores de la prensa en México, estudiantes de comunicación y todo aquel lector interesado en conocer acerca del tema- la relación entre el periodismo y el medio del espectáculo; este tema ha alcanzado una gran penetración dentro de la sociedad contemporánea, sin embargo, no existen investigaciones que hablen del mismo. Ello quizás porque actualmente este tema ha sido tratado con mucho amarillismo y su éxito, en los últimos años, ha estado vinculado con el escándalo de las celebridades, pero no por eso es algo que tiene que pasarse por alto; pues gracias a las industrias culturales, lo referente al mundo del espectáculo deja grandes derramas económicas.

Cabe destacar que entendemos como industria cultural a los productos realizados y difundidos desde los medios de comunicación masiva, mismos

que tienen que ver con la idea mercantilista de los dueños de los *mass media* y que, con la enorme penetración que tienen éstos ante la sociedad, llegan a producir ciertos comportamientos ante la misma. Es retomando esto como se trató de realizar y vincular el espectáculo con las industrias culturales.

Seguramente habrá muchos habrá muchas personas que no estén de acuerdo con este tema de investigación por considerar a los espectáculos como un mundo soso, que no tiene nada importante que dejar; esperamos que cuando acaben de leer esta Tesis cambian de opinión, pues considero que el mundo de la farándula tiene una importancia que no ha sido valorada; además de entretener y hacer pasar un buen rato al espectador, este campo produce varias fuentes de trabajo, tanto indirectamente como directamente, mismos que ayudan para el sostenimiento de familias enteras, como cualquier otra actividad, etc.

¿Quién no ha asistido a alguna función de cine o de teatro? ¿Quién no ha visto algún programa de televisión? ¿Quién no ha hablado de estos temas a partir de una sección de espectáculos de cualquier rotativo? Este trabajo de investigación pretende mostrar la influencia que tiene la sección de espectáculos, en este caso la de *El Heraldo de México*, en el desarrollo del medio de espectáculo y en el comentario de ellos en nuestra vida cotidiana y esto es lo que se pretende demostrar.

En la actualidad existen diferentes programas de radio y televisión, así como múltiples revistas que semana tras semana informan al público de todas las edades de las últimas noticias y rumores de la farándula nacional e internacional, sin olvidar las mismas secciones de espectáculos que la mayoría de los periódicos capitalinos imprimen para mantener al tanto a

sus lectores sobre este tema. Todos ellos tienen un gran éxito, pues son muy vendidos, de ahí que valga la pena ocuparse de ellos.

A principios de la década de los sesenta la situación respecto al tema de la farándula no era la misma que la que hoy en día vemos. Por medio de esta investigación se dará a conocer cuáles eran las condiciones por las que atravesaban las secciones de espectáculos de algunos diarios capitalinos, sin dejar pasar la de *El Herald de México*, diario que es nuestra fuente principal de información.

Cabe mencionar que este trabajo fue realizado a partir de la revisión de la publicación para después darla a conocer a los posibles lectores y señalar cuál y cómo fue la evolución de la sección "El Herald de los Espectáculos". Los ejemplares consultados para la realización de esta Tesis abarcaron los tres primeros meses de existencia del diario, así como, los correspondientes a los meses de noviembre -del primer al quinto aniversario y el décimo- y los meses de enero de los primeros cinco años de vida de *El Herald de México*; se trabajó de la anterior manera por cuestiones operativas, puesto que habría sido muy complicado revisar cada número del periódico durante un periodo de cinco años.

No sólo se realizaron consultas hemerográficas, sino que también se realizó una investigación bibliográfica con respecto al tema del mundo de la farándula, aunque no con mucho éxito, pues aunque existen varios libros referentes a la historia del cine de los años sesenta, hay muy pocos de música, teatro, discos y televisión que contemplan la misma época; por ello consideramos que esta Tesis va a aportar en cierta medida al estudio de los espectáculos, mismos que han sido olvidados por los investigadores.

Asimismo, contrariamente a la información encontrada en libros, los datos recabados de dentro de *El Heraldo de México*, hicieron que los capítulos se agrandaran de manera considerable, pues al tener temas específicos, con las referencias halladas en dicha publicación, esta investigación creció, pues al estar indagando sobre el tema de los espectáculos encontramos diversos asuntos interesantes, por ejemplo: el manejo de la imagen dentro de la sección, las columnas pagadas, por empresas discográficas, que se publicaban en dicho diario, etc.

Así pues, con el resultado que arrojó la consulta de la sección de espectáculos de *El Heraldo de México*, se agregaron temas como los relacionados con los eventos que el diario realizaba para fomentar el espectáculo, así como la importancia que la imagen fotográfica tenía para dicha sección, la forma en que se trataba las noticias, entre otras cosas.

En un principio sólo se pensaba en poner lo referente a la conformación de la sección de espectáculos de *El Heraldo de México*, pero gracias a los resultados que arrojaron las consultas de sus páginas dedicadas a este tema, se desglosaron otros subtemas: la relación de este diario capitalino con la creación y promoción de nuevos valores, el reconocimiento y aliento que daba en aquella época la publicación a los integrantes más destacados del mundo de la farándula nacional, la comparación de esta sección con otras dedicadas al mundo de los espectáculos que ya existían al surgimiento de este diario, entre otros muchos temas.

Durante la década de los 60 el mundo de los espectáculos a nivel nacional, se veía envuelto en varios cambios. Alrededor de esta década se presentó una evolución tecnológica dentro de los medios de

comunicación (televisión, radio, cine, prensa, etc.) con la cual el medio del espectáculo tuvo un desarrollo que hasta la fecha no ha parado.

La industria del cine perdía terreno, estaba envuelta en una crisis tanto de número de películas como por la calidad de éstas, a ello se le suma la censura en la que la tenía sumergida el gobierno. En la radiodifusión, a principios de la década de los 60, en el país existían más de 40 estaciones de radio, gran parte de ellas eran comerciales, frente a sólo 13 culturales; para esta época algunas empresas que operaban con frecuencias de onda corta suprimieron dicha labor, debido al alto costo. La industria del disco estaba encabezada, en nuestro país, por las compañías Orfeón, Musart, Peerless, CBS y RCA, todas de procedencia extranjera. El teatro estaba conformado por el auspiciado por el Estado y la iniciativa privada. Y la televisión mexicana se encontraba compuesta por Telesistema Mexicano (canales 2, 4 y 5) y Televisión Independiente (canal 8), que eran los principales canales de televisión abierta.

Todo este marco del espectáculo fue bien utilizado por *El Herald de México* para conformar su sección de espectáculos, la cual fue la primera en integrar en una sola sección la información sobre los medios de comunicación anteriormente señalados. El manejo de noticias referentes a la radio, la televisión, el teatro y el cine, en un mismo espacio es lo que convierte a esta sección en la más moderna de su época; pues algunos diarios capitalinos como *El Universal*, *Excelsior*, *Esto* y *Ovaciones*, solamente se encargaban de un máximo de dos medios de comunicación. Son las páginas del diario de Gabriel Alarcón Chargoy, dedicadas a los espectáculos, las primeras en darnos una sección de este tipo como en la actualidad las conocemos. Y es de esta sección de la que se ocupa esta investigación.

Por lo tanto, considero que esta investigación está en estrecha relación con la carrera de Ciencias de la Comunicación puesto que indudablemente el periódico funge como un vínculo de información dentro del mundo contemporáneo. Como medio de comunicación masiva, el periódico tiene cierto nivel de influencia para el desarrollo histórico de una sociedad, en algunas ocasiones éste obtiene una penetración tal que llega a convencer o decaer dentro de la misma, siendo la primera opción la cual Gabriel Alarcón pretendía lograr con *El Heraldo de México*, y en específico con la sección de espectáculos.

Este trabajo de investigación ha quedado dividido en cuatro capítulos en los cuales se abordan temas tocantes a los espectáculos de acuerdo al siguiente orden de presentación:

Dentro del primer capítulo se aborda lo relacionado con las industrias culturales en el que se pretende adentrar al lector sobre el significado de este tema y las implicaciones que las industrias culturales tienen hoy en día en la vida cotidiana de nuestra sociedad; su relación con los medios de comunicación de masas y el poder de crear mitos y símbolos que moldean al público consumidor.

El segundo apartado llevará al lector por una breve reseña de contextualización, que le permitirá al lector enterarse de lo que ocurría alrededor de la década de los sesenta –década en que surge *El Heraldo de México*- en nuestro país a nivel político, económico, cultural y del mundo del entretenimiento. Además se presenta una reseña biográfica del fundador de este rotativo en la cual se tocan ciertos aspectos de la vida empresarial de Alarcón Chargoy.

El tercer capítulo está dedicado a hablar acerca del surgimiento de *El Heraldo de México*, y se realiza una breve descripción de cómo era este rotativo en sus inicios, todo ello con la finalidad de que el lector tenga una idea sobre el nacimiento de este diario.

Para finalizar, el cuarto apartado es el dedicado a los espectáculos, específicamente a la sección encabezada por Raúl Velasco, aunque se hará una comparación con otras secciones de diarios como *El Universal*, *Excelsior*, *Esto* y *Ovaciones*; este capítulo llevará al lector a conocer el tema central de este trabajo de investigación, pues en él presenta una descripción de las páginas que conformaban este espacio periodístico, así como, las diferentes maniobras que realizaba el rotativo de Gabriel Alarcón para apoyar, fomentar y reforzar el propio mundo del espectáculo, sin olvidar presentar algunos aspectos biográficos de algunos colaboradores de esta sección, entre otras cosas.

Es así como a partir del concepto de las industrias culturales se pretenderá llevar a cabo la comprobación de nuestra hipótesis: "es importante la sección de espectáculos dentro de un medio de comunicación, como *El Heraldo de México*, para el desarrollo del medio del espectáculo", mostrando de esta manera la importancia que tuvo la sección de espectáculos de *El Heraldo de México* para Gabriel Alarcón Chargoy, ligado a los fines de esta industria.

CAPÍTULO 1

LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y LA CULTURA DE MASAS

Dentro de este primer capítulo se pretende adentrar al lector sobre lo que significan las industrias culturales y qué papel desempeñaron dentro de la sociedad de los años sesenta, pues será de esta manera como pueda comprenderse mejor el siguiente trabajo de investigación relacionado con la sección de espectáculos de *El Herald de México*.

También se presenta una breve explicación sobre otros términos como lo son: cultura, masas, comunicación de masas y espectáculos, pues es de importancia tener a la mano estos términos para entender de manera más clara y precisa todo lo relacionado con las industrias culturales.

Al terminar de leer este apartado se pretende que el lector tenga elementos suficientes para entender la relación que tiene el mundo del espectáculo con las industrias culturales y con la propia sección de espectáculos de *El Herald de México*.

Edgar Morin señala, en El Espíritu del Tiempo, que “una cultura constituye un cuerpo complejo de normas y símbolos, mitos e imágenes que penetran dentro de la intimidad del individuo, estructuran sus instintos y orientan sus emociones. Esta penetración se efectúa con arreglo a procesos mentales de proyección e identificación polarizados sobre los símbolos, mitos e imágenes de la cultura, así como sobre las personalidades míticas o reales que encarnan sus valores”¹.

¹ Edgar Morin. *El Espíritu del Tiempo*. p. 21.

Por su parte, Umberto Eco hace una diferencia en la cultura: él llama *mass cult* a todo aquello que tiene un amplio alcance en cuanto a masas se refiere, por ejemplo: los *comic*, la música gastronómica tipo *rock and roll* o las “peores” teleseries; por otra parte, llama *mini cult* a lo representado por obras que no se encuentran al servicio de comerciantes y, que más bien, tienen que ver con la clase pequeño burguesa.

De acuerdo al libro Grupos Masas y Sociedades, de Federico Munne, las masas, sociológicamente hablando, son grupos de personas no organizadas, o sea, que no persiguen ningún fin en común, pero que están dentro de un mismo espacio y tiempo, y especialmente este es un fenómeno recurrente dentro de la época actual que ha venido incrementándose con la industrialización y la explosión demográfica, mismos que han producido el incontrolable crecimiento de las ciudades. Por lo tanto, las masas, mismas que son agrupamientos no organizados, pueden ejemplificarse de la siguiente manera: los espectadores en una corrida de toros, las personas que esperan el metro, etc.

Ahora bien, al masificarse la cultura se comienza a hablar de una cultura de masas, de acuerdo a Edgar Morin ésta es “producida según las normas masivas de fabricación industrial; extendidas por las técnicas de difusión masiva (a las cuales un extraño neologismo anglo-latino llama *mass-media*); dirigida a una masa social, es decir, una gigantesca aglomeración de individuos seleccionados sin tener en cuenta las estructuras internas de la sociedad (clases, familias, etc.)”².

Cabe destacar que la cultura de masas se mueve entre lo imaginativo y lo real, lo cual lleva al espectador a una estimulación para la identificación

² Edgar Morin Op. Cit., p. 20

del espectador con el protagonista de tal historia beneficiándose del final feliz que las historias del cine, la prensa y la televisión presentan. Krzysztof Przewcawski señala, en el libro Industrias Culturales: El Futuro de la Cultura en Juego, que “las actividades de los medios de comunicación masiva están subordinadas al sistema ideológico. Por consiguiente, en contra de lo que se dice a veces, esos medios no son un *servicio público* sino más bien un instrumento de *control público*”³.

Así pues, dentro de la sociedad contemporánea, la cultura de masas es consumida a todas horas del día, al momento de abrir un diario por la mañana, prender la televisión, encender el radio, ojear una revista, escuchar un disco, y en la actualidad, al instante de navegar por Internet. Ello gracias a que el crecimiento de la cultura industrial siempre ha ido de la mano con el desarrollo de las nuevas tecnologías y el mercantilismo.

Edgar Morin indica, dentro del libro El Espíritu del Tiempo, que la cultura de masas está en estrecha relación con la cultura del ocio, mismo que antes sólo era un privilegio para las clases dominantes. En la época actual se dice que el ocio es el tiempo ganado al trabajo y a la misma familia. Lo anterior tiene que ver con la búsqueda de la vida privada, el bienestar y el consumo del hombre moderno, pues, es el resultado de la zona abandonada por el trabajo, por la fiesta y la familia.

Es dentro del tiempo de ocio en el cual los hacedores de la cultura de masas aprovechan para vender sus productos a la sociedad, esto lo logran con ayuda de los medios de comunicación masiva, tales como la televisión, el radio, el cine y la prensa, esta última se encuentra en estrecha relación con los tres primeros, pues sirve de escaparate para hacer llegar al público información sobre los más recientes trabajos producidos por estos

³ Krzysztof Przewcawski. “La industria Cultural y el Comportamiento y las Actitudes de los Jóvenes” en *Industrias Culturales: El Futuro de la Cultura en Juego*, p 81

medios, mismos que son publicitados en los segmentos de espectáculos de los diarios, ello a través de carteleras, columnas, anuncios o notas pagadas; contribuyendo de esta manera a la propagación de la cultura de masas.

Los espectáculos son el resultado del tiempo de ocio, mismo, que a su vez, es el resultado del tiempo ganado al trabajo. Tiempo que se diferencia al de las fiestas y reuniones sociales y familiares, propio de las antiguas formas de vida. Siguiendo con Edgar Morin, este autor señala que “el ocio no es solamente un tiempo dedicado al reposo y a la recuperación psíquica y nerviosa, no es la participación colectiva en la antigua fiesta ni en la participación de actividades familiares productivas o acumulativas, sino que es, progresivamente, la posibilidad de tener una vida consumidora”⁴.

Por lo tanto, al hablar de espectáculos nos referimos a toda aquella función o diversión pública capaz de atraer atención de la gente, aunque en la actualidad los espectáculos están cobijados por los medios de comunicación, pues a través de éstos pueden difundirse de una manera más efectiva.

Así pues, la existencia del mundo del espectáculo, se debe a la ganancia del espacio laboral y familiar, donde la persona busca un escaparate para el entretenimiento, mismo que en la actualidad es aportado por el cine, radio, televisión, teatro, etc. el consumo de estos medios de expresión y entretenimiento han sido consolidados gracias a las industrias culturales, pues estas son las que día con día promueven el espectáculo mismo.

⁴ Edgar Morin. *El Espíritu del Tiempo*, p. 88.

La prensa masiva comienza a destacar y mitificar por medio de sus notas todo lo relacionado con los artistas: conflictos, besos, amores, confidencias disputas. Ello lleva a entender lo que Edgar Morin llama: Los Dioses Olímpicos.

La vida privada de los artistas sale del terreno de lo privado para llegar a las paginas de los diarios y ser conocida por una gran cantidad de lectores alrededor del mundo, "en la información de los modernos olimpos, estos personajes gozan de privilegio y privilegian a su vez situaciones que, para el resto de los mortales, se perdían en el anonimato"⁵.

El mismo Edgar Morin, pero ahora en el libro Las estrellas del Cine, indica que por medio del seguimiento que se da a los famosos, estos de hacen de una imagen distinta a la de las personas que no están dentro del mundo de la farándula. "Las estrellas diosas tienden entonces a profanar de una cierta manera, pero sin perder sus cualidades místicas elementales. De la misma manera y por las mismas causas, los contados grandes arquetipos dan lugar a la multitud de héroes dioses de mediana grandeza. La belleza juventud que fijaba la edad ideal de las estrellas femeninas entre los veinte y veinticinco años, de las estrellas masculinas entre los veinticinco y treinta años, se vuelve más elástica"⁶.

Entre los protagonistas de las notas de la época que abarca esta investigación de Tesis podemos recordar a las estrellas mexicanas: Maria Félix, Dolores del Río, Pedro Infante, Mauricio Garcés, Angélica Maria, María Victoria, Katy Jurado, César Costa, Silvia Pinal, Enrique Guzmán: además de artistas extranjeros como Marilyn Monroe y Liz Taylor, y sus diversos

⁵ Edgar Morin. Op. Cit., p. 132.

⁶ Edgar Morin. *Las Estrellas del Cine*, p. 26

divorcios; Los Beatles y sus supuestas diferencias personales, etc., mismos que ocuparon las principales páginas dedicadas al medio de la farándula en la década de los sesenta, en donde quedó plasmado trabajo artístico y parte de su vida privada.⁷

Es así como la vida de los nuevos héroes creados por los *mass-media* entran a todas horas a la vida de las personas que llevan una vida común para llenar el espacio perteneciente a su tiempo de ocio. De esta manera los nuevos héroes de las cultura de masas ven magnificados todos y cada uno de los acontecimientos en los que se ven involucrados, ello sin importar si pertenecen al terreno de la política, deporte, espectáculos, etc., pues lo que cuenta en estos casos es la penetración e importancia que tienen estos individuos dentro de la sociedad.

Estos nuevos héroes de la sociedad contemporánea han sido ayudados de manera muy significativa a ocupar el lugar en el que hoy en día se encuentran, dicha ayuda ha sido proporcionada por las grandes empresas de comunicación que tratan de difundir sus productos hasta el lugar más recóndito de la tierra.

Edgar Morin señala que “la evolución que deteriora la divinidad de la estrella también estimula y multiplica los puntos de contacto entre estrellas y mortales. Lejos de destruir el culto los favorece. Más presente, más íntima, la estrella está casi a disposición de sus admiradores: de ahí el florecimiento de los clubes, revistas, fotografías, correspondencia, que institucionalizan el fervor. Una red de canales que transmite en adelante el homenaje

⁷ Esta parte de la vida de los famosos ha tomado mayor interés por parte del público en los últimos años, ello ha provocado la proliferación de espacios en los medios de comunicación dedicados a difundir los más recientes chismes y escándalos de las estrellas. Ejemplo de ello ha sido la cobertura que realizó a la relación tormentosa de la Princesa Diana y el Príncipe Carlos, y más recientemente, la vida amorosa de la actriz, de origen cubano, Niurka Marcos y su esposo Bobby Larios: además de los controversiales momentos vividos por la cantante mexicana Gloria Trevi.

colectivo y devuelve a los fieles los mil fetiches que reclaman”⁸, todo con ayuda de las notas periodísticas publicadas en los diarios dentro de las secciones dedicadas a los espectáculos como veremos más adelante de este trabajo dedicado a la sección de espectáculos de *El Heraldo de México*.

El mismo Edgar Morin afirma, en El Espíritu del Tiempo, que “la producción cultural está determinada por el mercado en sí mismo. Y es este rasgo el que da la diferencia entre otras culturas: éstas utilizan también, y cada vez más, los *mass media* (imprensa, cine, televisión), pero tienen un carácter normativo: están impuestas pedagógicamente o autoritariamente (en la escuela, en el catecismo o en el cuartel) bajo órdenes expresas o prohibiciones por lo que la cultura de masas es el universo capitalista, no viene impuesta por instituciones sociales, proviene de la industria y el comercio, es una cultura propuesta. Soporta algunos tabúes (el de la religión, el del Estado), pero no crea ninguno; propone modelos, pero no ordena nada”⁹.

El impacto de las industrias culturales dentro de la sociedad contemporánea se ha visto ayudado con la influencia que ejercen ciertos medios de comunicación masiva (*mass media*), ejemplo de ellos son: la televisión, la radio, la prensa, y los discos. Para Umberto Eco “el advenimiento de la era industrial y el acceso al control de la vida social de las clases subalternas, se ha establecido en la era contemporánea una civilización de *mass media*”¹⁰, mismos que propician a la cultura de masas como resultado de las industrias culturales.

⁸ Edgar Morin Op. Cit., p. 38

⁹ Edgar Morin. *El Espíritu del Tiempo*, p. 58

¹⁰ Umberto Eco. *Apocalípticos e Integrados*, p. 41

Albert Breton, en su artículo "Introducción de una economía de la cultura" -publicado en el libro Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego-, algunas cualidades de los *mass media* son:

1. Van dirigidos a un público homogéneo; tal homogeneidad puede llegar a destruir las características culturales de cada grupo étnico
2. Van dirigidos a grupos que no tienen conciencia de sí como grupo social -cabe recordar que los conjuntos de personas agrupados que persiguen un fin común son reconocidos como grupos sociales, mientras que los que no están agrupados son masas, a éstos últimos van dirigidos los *mass media*-
3. Están sometidos a la ley de la oferta y demanda, dan lo que el público desea, o en el peor de los casos, sugieren al público lo que deben desear -este es el caso de los lanzamientos musicales y cinematográficos o la promoción de las estrellas en la prensa-
4. Al difundir productos de "cultura superior" éstos van condensados, para que sea más fácil comunicarlos
5. Entorpecen la conciencia histórica, imponen símbolos y mitos de universalidad - el cine, la televisión, la música imponen estereotipos-. "se puede afirmar, de hecho, que la producción de muchos artículos culturales se rige por un prototipo. No es que en todos los productos se ciñan a un prototipo dado, sino que se trata del principio más interesante de que, si un producto -una película, un disco, un libro, etc.- tiene éxito, se empleará como modelo,

como prototipo, para la producción de toda una serie de otros productos, otras películas, discos, libros, etc".¹¹

De esta manera podemos entender como industria cultural a los productos realizados por los medios de comunicación a partir de que éstos los realizan de manera masiva, es por ello que la industria cultural tiene que ver mucho con el pensamiento mercantilista que los dueños de los *mass-media* tienen al momento de querer sacar al público sus ofertas como productores que son.

Así pues, las personas que manejan la industria cultural toman en cuenta muchas veces los deseos y sentimientos del hombre, pues de esta manera puedan llegar a más público logrando con ello una penetración masiva de sus productos y con ellos enormes ganancias para sus bolsillos.

Rafael Roncagliolo indica, en un artículo publicado en Las Industrias Culturales en la Integración Latinoamericana, que las industrias culturales, además de ir ampliando su territorio, han evolucionado en gran manera, pues señala que a mediados del siglo XX las industrias culturales eran las referentes al libro -siendo la primera industria de la humanidad- la radio y el cine; mientras que el teatro, la ópera, el concierto y el museo, eran considerados "cultura culta", pues en suma no realizaban producciones masivas.

La industria cultural se da en los medios de comunicación tales como la radio, la televisión, la prensa y el cine. Pero el *boom* de este fenómeno social se dio con el fortalecimiento del cine y la televisión; es a partir de artistas casi mitológicos, salientes de estos dos medios, que se pretende

¹¹ Albert Breton. "Introducción de una economía de la cultura" en *Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego*, p. 56

enganchan al espectador para crear modelos de referencia para lograr la felicidad.

Tanto la radio, la televisión, el cine y la prensa consideran su producto como mercancías; éstos medios tienen que recibir el consentimiento del jefe de cada uno de ellos para poder sacar al mercado su producto, éste debe de tener cierto grado de rentabilidad para poder ser aprobado.

La fuerza alcanzada por la prensa, los discos, la radio, el cine y la televisión dentro del mundo contemporáneo llega a ser tan penetrante que nos lleva a volcarnos hacia sus mercancías culturales. De acuerdo a Edgar Morin es de esta manera como los objetos anteriormente mencionados "comienzan a ofrecer al espectador pedazos de ectoplasmas de humanidad",¹² es decir: amores y miedos novelados, los sucesos del corazón y el alma.

Los productos creados por la industria cultural deben conseguir estar dentro del marco de la individualización y la novedad, ello, claro está, por medio de las reglas establecidas para cada medio. Es por ello que "la industria cultural persigue esa demostración a su manera: estandarizando los grandes temas novelescos y reduciendo los prototipos y arquetipos a meros *cliche*".¹³

Por lo tanto, "todo sistema industrial, aparte de la búsqueda de lucro, tiende al crecimiento, y toda la producción masiva destinada a ser consumida tiene su propia lógica,: la lógica del máximo consumo".¹⁴

¹² Edgar Morin. *El Espíritu del Tiempo*, p. 20.

¹³ Edgar Morin. Op. Cit., p. 35.

¹⁴ Edgar Morin. Op. Cit., p. 45.

Carlos Juan Moneta dentro del artículo “Identidades y políticas culturales en los procesos de globalización e integración regional” señala que, durante las últimas décadas, es en las industrias culturales y en los procesos de comunicación masiva donde se desenvuelven las principales actividades culturales, “las que dan información, y entretenimiento, a las mayorías, las que influyen de modo más significativo en la economía de cada sociedad y ofrecen mejores oportunidades de conocimiento recíproco e intercambio entre naciones”.¹⁵

Lo anterior se logra a través de la homogenización del producto, misma que lleva a la homogenización del público, esto es, que todos queden atrapados por los productos presentados por los medios de comunicación masiva. Tal es el caso del cine, pues éste fue el primero en reunir en sus circuitos a espectadores de todas las clases sociales, sin importar edad, ni sexo. La radio lo hizo en la década de los treinta mientras que la televisión comenzó su desarrollo en los hogares tanto populares como acomodados décadas más tarde.

La homogenización lleva a la “identidad de valores de consumo, y son estos valores de consumo comunes los que crean la particular ósmosis interna de los *mass-media*, los que crean esta unidad caracteriza a la cultura de masas”.¹⁶

De acuerdo a un artículo de Krzysztof Przewcawski publicado en Industrias Culturales, en algunos países la industria cultural es utilizado como un instrumento dentro de una fuerte lucha política e ideológica. De esta manera este fenómeno constituye una fuerza que trae consigo grandes beneficios para sus propietarios.

¹⁵ Carlos Juan Moneta “Identidades y políticas culturales en los procesos de globalización e integración regional” en *Las Industrias Culturales en la Integración Latinoamericana*, p. 37

¹⁶ Carlos Juan Moneta. Op. Cit., p. 53.

El manejo de los productos realizados por las industrias culturales ha llevado a sus creadores a crear en cierto grado conciencia dentro del espectador, pues el público comienza a hacerse a la idea de salir adelante gracias a las lecciones dadas en historias presentadas en el cine y la televisión, donde los actores más famosos del momento salen triunfadores a pesar de la adversidad, provocando con ello una identificación con el personaje principal de la historia o por lo menos una admiración hacia el mismo.

Edgar Morin habla en relación a los finales felices presentados por las industrias culturales y señala que es “a partir de los años treinta se establece una relación cada vez más masiva entre la corriente realista, el héroe simpático y el final feliz. El *happy end*, es la felicidad de los héroes simpáticos, adquirida de forma casi providencial después de pruebas que, normalmente, deberían terminar con el fracaso o el final trágico”.¹⁷

Gracias a los espectáculos presentados en los medios de comunicación masiva con las características anteriormente mencionadas, la prensa y la industria cultural tienen una relación más íntima al reflejarse en las páginas de los rotativos todo lo referente al mundo del cine y la televisión.

De acuerdo a Agustín Girard, Catedrático de la Universidad de Panteón-Sorbona, de París, los intercambios culturales mediante intercambios industriales pueden ser tanto negativos como positivos. “Es negativo si el consumo de los productos importados se opone a los modelos culturales que procura promover el sistema de educación, inhibe y paraliza la producción nacional, que pasa de ser demasiado onerosa o que no está en condiciones de ofrecer elementos tan atractivos como los que se

¹⁷ Edgar Morin. *El Espíritu del Tiempo*, p. 112.

producen en el extranjero” mientras que puede ser positiva si se aprovecha este fenómeno con “medidas apropiadas, nacionales e intencionales, resulta elevar el sistema de producción cultural al nivel de competencia nacional”.¹⁸

De esta manera que los productos fabricados en el terreno de las industrias culturales tienden a apoderarse de la sociedad y de sus hábitos, favoreciendo en las personas el aprendizaje de actitudes y prácticas proporcionadas por los productos suministrados por los medios masivos de comunicación, como lo son la radio, televisión y el cine.

Lo anterior puede ser dañino para algunas sociedades, pues al introducirse en su cultura valores, concepciones y comportamientos del extranjero a través de las series, videos y películas, extranjeras, dicha sociedad puede perder sus propios valores al adoptar los nuevos.

Es así como los medios de comunicación, que pertenecen a las industrias culturales, tratan de formar un público más homogéneo, con las mismas ideas para que de esta manera consuman los mismos productos que lanzan en cierta parte, todo ello bajo las ideas mercantilistas de los grandes industriales de la comunicación.

La prensa es un instrumento muy útil para dar fuerza a la cultura de masas, gracias a que los medios de comunicación, como la radio y el cine la utilizan como un escaparate para difundir sus productos en las secciones dedicadas al espectáculo. De ahí la importancia de que relacionemos la información de las industrias culturales con la sección de espectáculos del diario *El Heraldo de México*.

¹⁸ Augustin Girard. “Las Industrias Culturales ¿Obstáculo o Nueva Oportunidad para el Desarrollo Cultural? en *Industrias Culturales: El Futuro de la Cultura en Juego*, p 35.

CAPÍTULO 2

CONTEXTO HISTÓRICO

Dentro de este segundo capítulo se hará un recuento de la vida política, económica y social que se presentaba en nuestro país alrededor de la primera mitad del siglo XX hasta finales de la década de los sesenta. De esta forma se contextualizará el análisis de la sección de espectáculos de *El Herald de México*, pues dentro de esta breve recapitulación de la historia de México, también se hablará de la televisión, el radio, el cine, los discos y el teatro -alrededor de los años sesenta-, mismos que tienen que ver en gran medida con nuestro tema central.

Finalizada la Segunda Guerra Mundial, México vivió un gran adelanto económico el cual fue llamado "Milagro Mexicano", mismo que ayudó al crecimiento de ciudades como las de México, Guadalajara, Puebla, Monterrey, entre otras, desarrollo con que los habitantes de estos lugares fueron cambiando sus costumbres y forma de vivir, ayudados también por la influencia de los medios de comunicación como la radio, la televisión y el cine. Es a finales de los sesenta cuando la tranquilidad económica, política y social se ve interrumpida tras el movimiento estudiantil del 68.

2.1 Aspectos culturales y medios

Pablo González Casanova indica, en México Hoy, que el país se enfrentó a un crecimiento industrial a partir de mediados de los años 30, lo cual permitió que durante y después de la Segunda Guerra Mundial, en nuestro país se presentara la "primera acumulación industrial", misma que se caracterizó por la utilización intensiva de la planta industrial que se había instalado desde el siglo XIX.

José Joaquín Blanco señala, en México a Finales de Siglo, que es a partir de 1940 cuando la sociedad mexicana adquirió una configuración diferente a la del periodo posrevolucionario, “esta vez dominada por el Estado. La movilización social llegó a su fin, debido a que se estabilizaron las instituciones políticas, y también porque en las tres décadas sucesivas los gobiernos estimularon la desmovilización política y el conformismo, que se consideraban condiciones necesarias para el crecimiento económico, y el cual se convirtió en objeto central y compartido por la sociedad”.¹

Al término de la Segunda Guerra Mundial existía la certidumbre de que la industrialización era un camino idóneo para el crecimiento de la economía nacional, pues con ello se pretendía la creación de empleos y la mejor distribución del ingreso nacional.

Pablo Gonzáles Casanova indica, en México Hoy, que “entre 1940 y 1954 la evolución de la industria como sector creciente dominante dentro de la producción, su cada vez más clara orientación hacia el mercado interno y la intervención cada vez más acentuada del Estado en la economía, eran los factores que en adelante dominaban las oscilaciones del crecimiento económico, haciéndolo menos sensible a los movimientos inmediatos de la economía interna”.²

Dentro del libro titulado México a Finales de Siglo se hace referencia a que durante el periodo de 1940 y 1970 hubo un gran crecimiento dentro de la República Mexicana, tanto demográfico como industrial, “la expansión de las ciudades, el predominio de la vida urbana y la transformación de valores que acarreó, mantuvieron el dinamismo de la

¹ José Joaquín Blanco. *México a Finales de Siglo*, México, p. 119.

² Pablo González Casanova. *México Hoy*, p. 36.

sociedad”.³ Asimismo durante esta época, el país experimentó una gran transformación, que le llevó a perder sus características predominantemente rurales, pues las ciudades crecían rápidamente debido a que la industria se convirtió en el sector más importante de la producción.

Luis Medina Peña afirma en Hacia un Nuevo Estado que en los decenios posteriores a la guerra el papel económico del Estado fue la pieza fundamental para el crecimiento económico. “De hecho, los gobernantes revolucionarios fueron tomando medidas institucionales y coyunturales de manera pragmática, orientadas por las consecuencias de su propia acción y tratando de adaptarse a las cambiantes circunstancias externas. Esta actitud, ajena a modelos, siempre atenta a lograr equilibrios que permitan la estabilidad interna, contribuyó a configurar las políticas económicas y sociales que dieron forma al Milagro Mexicano”.⁴

El rumbo del país logra tomar un camino en el cual se ven reforzadas las instituciones aunado al crecimiento económico del Milagro Mexicano, lo que ayuda para que en México se establezca una política de unidad nacional, iniciando de esta manera una nueva etapa dentro de la historia de nuestro país.

Fue durante el periodo presidencial de Manuel Ávila Camacho se estableció una política de unidad nacional, con lo cual se trató de superar las oposiciones que aún quedaban vivas a través de las distintas etapas de la Revolución Mexicana. Además este mandatario se distinguió por su interés por desarrollar la cultura nacional y, especialmente, la campaña contra el analfabetismo.

³ José Joaquín Blanco. Op. Cit., p. 119.

⁴ Luis Medina Peña. *Hacia el Nuevo Estado*, México, p. 127.

Por otra parte, los primeros años del mandato del presidente Miguel Alemán fueron definitivos para la construcción del sistema político que se venía formando desde finales de la década de los veinte. "Alemán deseaba construir una economía moderna, basada en la iniciativa y las inversiones privadas y en una actividad rectora del estado que, a través de control de las industrias básicas, fomentara la actividad económica general",⁵ lo anterior pretendía realizarlo concediendo garantías suficientes a la iniciativa privada para que ésta a su vez invirtiera dentro del país. Durante el gobierno de Alemán, por primera vez en la historia de nuestro país, el valor de la producción industrial sobrepasó el de la producción agrícola y minería juntas, además de que concluyó el enlace de telecomunicaciones entre el Estado de Yucatán y el resto del país, a dicho crecimiento y estabilidad económica se le llamó "Desarrollo Estabilizador".

Miguel Alemán se distinguió por impulsar la industrialización y la capitalización del país "que para unos es complementación de los grandes fines de la Revolución, y para otros, el principio de su rotunda negación".⁶ Durante el mismo periodo se construyeron grandes sistemas de irrigación, carreteras, ferrocarriles y escuelas, esto último en respuesta al acelerado crecimiento demográfico; además, durante su gobierno, se comienza a construir la Ciudad Universitaria de la UNAM.

Por otra parte, durante el gobierno de Adolfo Ruiz Cortines, el país atravesó por una crisis económica, el peso se devaluó ante el dólar estadounidense, ante ello se disminuyeron los gastos públicos. Pero también fue otorgado el derecho de voto a la mujer, además de ser inaugurada la Ciudad Universitaria. Con respecto a este periodo presidencial, Pablo González Casanova indica (en México Hoy) que es a partir de 1954 que "se fortaleció el proceso de digopolización y, por otro

⁵ Luis Medina Peña. *Historia de la Revolución Mexicana*, p. 205.

⁶ W. Jiménez Moreno. *Historia de México, una síntesis*, p. 120.

lado, se inició también lo que podríamos llamar la Expansión no Planeada del sector público consistente en la absorción de empresas privadas en quiebra (o poco rentables) con el fin básico de socializar la ineficiencia del capital y contrarrestar, aunque en mínima parte, el desempleo abierto".⁷

En 1958 Adolfo López Mateos ganó las elecciones presidenciales. De acuerdo a Luis Medina Peña "el gobierno Lopezmateista se distinguió por nacionalizaciones de empresas en manos de extranjeros -la eléctrica y cinematográfica- y decididos empeños por limitar a una participación minoritaria al inversionista extranjero",⁸ además nuestro país formó parte de la Asociación de Libre Comercio (ALALC).

Durante el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz, quien asumió la presidencia en diciembre de 1964, se registraron una serie de movimientos sociales, tales como: un paro nacional de médicos; un movimiento estudiantil que culminó tras la caída del Rector de la UNAM, Ignacio Chávez; el estallido, un año después, de otra agitación estudiantil, esta vez en el Estado de Puebla; y la aparición de guerrillas en Guerrero. En julio del 68 la policía reprimió una manifestación estudiantil en la capital; se inició una huelga universitaria; se registró la matanza de Tlatelolco y, como consecuencia de ello, los XIX Juegos Olímpicos estuvieron a punto de suspenderse.

Al asumir la presidencia Luis Echeverría Álvarez, al igual que su antecesor, enfrentó movimientos estudiantiles, los cuales fueron reprimidos por la policía; como resultado de la crisis dentro del sector agrícola condujo a que la población campesina emigrara a la ciudad.

Tras el crecimiento de muchas ciudades, entre las que se encuentran: la de México, Guadalajara, Monterrey y Puebla, la vida cotidiana se

⁷ Pablo González Casanova. *México Hoy*, p. 39.

⁸ Luis Medina Peña. *Hacia el Nuevo Estado*, México, p. 143.

transformó adquiriendo costumbres distintas a las del campo, ello ayudado de la influencia de la televisión, el cine y la radio. Entre los jóvenes se popularizó el rock, y la música adquirió gran difusión después de los 60, asimismo, en dicha época “se produjo en gran parte del mundo una tendencia de renovación, de fuerte impacto especialmente en los medios universitarios”.⁹

José Joaquín Blanco (en México a Finales de Siglo) indica que la modernización generó un desequilibrio en la ciudad de México y el resto del país. “El primero de ellos fue, paradójicamente, efecto de mejoras en las condiciones de vida de la población, pues aunque la economía mantuvo durante estos años tasas de crecimientos estables y elevadas – un promedio de 6% anual-, desde mediados de los cincuenta fueron inferiores a las del crecimiento poblacional”.¹⁰ El aumento de la población se vio reflejado en el proceso de urbanización, mismo que alteró la relación campo-ciudad, pues a finales de los sesenta la mitad de la población era urbana.

De acuerdo al historiador José Joaquín Blanco, el campo mexicano se vio afectado por los cambios en el mercado internacional de los productos primarios, “los cultivos más remunerados habían sido abandonados a favor de la actividad ganadera; la mecanización de la explotación agrícola había deprimido la demanda de la mano de obra, y la crisis en el campo se instaló como problema estructural, tal y como lo reflejaba desde entonces la importación de cereales y el crecimiento de la migración a las grandes ciudades”.¹¹

⁹ Juan Brom. *Esbozo de Historia de México*, p. 320.

¹⁰ José Joaquín Blanco. *México a Finales de Siglo*, p. 121.

¹¹ José Joaquín Blanco. *Op. Cit.*, p. 122.

Cabe destacar que a partir de la segunda mitad del siglo XX, dentro del terreno cultural “despuntaba una generación que señalaba el límite de españoles desterrados en México. Hijos de refugiados, sustancialmente formados en México, su definición es difícil, a ella pertenece un buen número de poetas que, a pesar de su diversidad, poseen rasgos generacionales”.¹² Muchos de los españoles, quienes fueron transterrados a México a partir de 1938 como producto de la Guerra Civil Española, eran considerados como los más ilustres intelectuales, entre los que se encontraban pintores, músicos, periodistas, escritores, etc.

Con los refugiados españoles en México se inició un proceso de aculturación en América, determinando un cambio profundo en la vida y obra de los emigrados. Luis Buñuel fue uno de los más destacados españoles dentro del terreno del entretenimiento, pues realizó obras cinematográficas reconocidas alrededor del mundo, entre las que destacan: “Los Olvidados” (1950), “Subida al Cielo” (1952), “Él” (1953), “El Río y la Muerte” (1954), “Ensayo de un Crimen” (1955), “Nazarín” (1959), “El ángel Exterminador” (1962), etc.

2.2 El cine nacional de los sesenta

Durante la década de los cincuenta la producción cinematográfica fue decayendo hasta los años sesenta “por el abuso de fórmulas comerciales engañosas y porque cada dos años surgían conflictos obrero patronales. Mientras tanto la denuncia del monopolio Jenkins en la Cámara de Diputados obligó al Estado a invertir en el auxilio de la industria. El Banco Cinematográfico, de capital privado, se transformó en la Institución nacional de crédito y el gobierno adquirió los Estudios Churubusco (1958) y

¹² *El Exilio Español en México*, p. 379.

la Compañía Operadora de Teatros (1961), en 1968 creó Procinemex (Productora Cinematográfica de México)".¹³

La producción cinematográfica se encontraba en pocas manos impidiendo el surgimiento de nuevos directores, además los estudios de cine Tepeyac, Clasa Films y Azteca cerraron sus puertas entre 1958 y 59, y por si fuera poco, ante tal descenso de la industria, la Academia Mexicana de Ciencias y Artes Cinematográficas dejó de entregar el Premio Ariel a lo mejor de cine nacional, reconocimiento instituido en 1946.

De acuerdo con Emilio García Riera, 1960 fue el último año en que en México se filmaron más de 80 largometrajes "de producción regular (esto es: con intervención del STPC). Se realizaron 90 (por 84 en 1959); sumados a 22 series de los estudios América, una cinta independiente y una coproducción hecha del todo en el extranjero (El Rapto de las Sabinas), se alcanzó un gran total de 114 largometrajes (116 en 1959)",¹⁴ de ese total sólo veinte fueron realizadas a color.

Para el año de 1964, la industria cinematográfica nacional buscaba soluciones para reducir los altos costos que implicaban el rodar una cinta dentro de un estudio, ello propició que la mayoría de las 112 películas filmadas en este año se realizaran total o parcialmente fuera de los *sets* de grabación, o sea, en locaciones, ello ayudó a los cineastas, además de bajar los costos de producción, a proporcionar al espectador un mayor realismo dentro de las historias. Este mismo año fue el último en que la industria cinematográfica mexicana realizara más de 100 películas en un año, pues durante el resto de la década de los sesenta la cifra de películas realizadas en nuestro país no superó dicha cifra, y fue en descenso año tras año.

¹³ José Rogelio Álvarez. *Enciclopedia de México*, p. 1510.

¹⁴ Emilio García Riera. *Historia Documental del Cine Mexicano*, p. 155.

Para la segunda mitad de los sesenta el cine mexicano se mostraba en una verdadera agonía, motivo por el cual se cerraron los Estudios San Angel Inn, puesto que el propietario de dicho inmueble, Jorge Sthal, no podía seguir absorbiendo más pérdidas, pues para ese entonces no se encontraba en posibilidades de pagar el sueldo de 21 empleados de planta, y mucho menos firmar un nuevo contrato de trabajo en el cual el Sindicato de Técnicos y Manuales pedía un aumento salarial. Para que los Estudios no trabajaran con números rojos era necesario filmar por lo menos dieciocho películas al año, pero en 1966, año en que cerraron sus puertas, sólo filmaron cinco.

Los Estudios San Angel Inn cerraron sus puertas a tan sólo quince años de existencia, tiempo en el cual se filmaron más de 200 películas entre las que destacan "Los Hermanos de Hierro", "Tizoc", "Feliz Año Amor Mío", "Bodas de Odio" y "El Pistolero", siendo esta la última cinta que se filmó en dicho lugar; Además de que por sus foros estuvieron grandes estrellas del cine nacional como María Félix, Pedro Infante, Angélica María, Arturo de Córdova y Lalo González "Piporro", entre otras figuras. Ante dicha eventualidad los Estudios Churubusco eran entonces los únicos que quedaban en pie, bajo el cuidado del Banco Cinematográfico.

La crisis de la cinematografía nacional perduró durante los años siguientes, muestra de ello es la baja de cintas producidas dentro de los Estudios América, que al igual que los Churubusco quedaron en manos del Estado, pues en el transcurso de 1970 sólo se lograron filmar 31 cintas en dicho lugar, cifra menor a la de 1969, "seguiremos con este ritmo de producción que hemos tenido hasta fin de años -dijo Víctor Parra, Presidente de los Estudios América-. Las películas filmadas en estos estudios son 31, diez menos que el año pasado, ya que durante este año se ha

trabajado exclusivamente con tres unidades. El año próximo esperamos que las circunstancias cambien y la producción sea mayor” .¹⁵

Tras los pobres resultados de los concursos de Cine Experimental en 1964 y 65, “con las puestas del Sindicato de Directores cerradas a piedra y a lodo por el temor y egoísmo de un grupito de inútiles veteranos fósiles que solo veían en su sindicato la conservación de sus pequeños intereses personales; cerrando totalmente –lo cual es igual de grave- el criterio de los industriales y las autoridades oficiales”,¹⁶ el cine mexicano seguía sin reaccionar. Fue hasta los años de 1969 y 70 cuando el medio vio debutar el mayor número de directores en los últimos tiempos, con lo cual se esperaba que la industria renaciera.

La industria del cine se veía refrescada con el surgimiento de doce nuevos directores y el doble de argumentistas y guionistas; todos ellos poseían tendencias, actitudes y procedencias distintas, por ejemplo: Julio Almada, cantante y actor, formó su propia compañía “Producciones Tlayuca y para esta fecha dirigía su segunda cinta; José Delfoss, argumentista, formó con sus compañeros una compañía, construyendo una cooperativa para filmar su primera película; Fernando Durán, trabajador de los Estudios América que ascendió hasta ayudante de director, recibió su primera oportunidad en Interfilms; y Felipe Cazals, considerado como el más culto de los doce debido a su preparación, hasta la fecha había realizado cortos y largometrajes fuera del terreno comercial. Otros de los jóvenes directores que eran considerados, por *El Heraldo de México*, como sangre nueva para el cine mexicano eran: Jorge

¹⁵ “31 películas filmadas en los Estudios América; el año pasado fueron 41”, *El Heraldo de México*, 12 de noviembre de 1970, p. 1D.

¹⁶ “12 directores debutantes forman la plataforma del lanzamiento del nuevo cine mexicano”, *El Heraldo de México*, 13 de noviembre de 1970, p. 1D.

Fons. Guillermo Murray, Mauricio Walerstein, Toni Sbert, Salomón Laiter y Julián Pastor, entre otros.

Así pues, a pesar de que la industria del cine nacional se encontraba en declive desde los años cincuenta, eventualidad que produjo el cierre de los estudios -entre ellos Los Estudios América-, tal situación no fue motivo suficiente, durante la década de los sesenta, para que la sangre nueva comenzara a brotar dentro de la cinematografía, entre actores, guionistas y directores lo que no permitió que la cinematografía mexicana desapareciera por completo.

2.3 Radio de los sesenta

A finales de la década de los cincuenta la programación de la radio estaba compuesta por eventos deportivos, radionovelas, programas de concurso, noticias y música. Los programas en su mayoría duraban de 15 minutos a una hora. Para su elaboración se realizaban *scrips*; y gracias a los adelantos tecnológicos se realizaban controles remotos desde diversos puntos de la ciudad.

Por su parte, a principios de la década de los 60, la industria radiofónica estaba conformada por más de 40 estaciones de radio, gran parte de ellas eran comerciales, mientras que sólo 13 eran culturales. Para esta época algunas empresas que operaban con frecuencias de onda corta suprimieron dicha labor, debido al alto costo que ello requería. "Fue por ello que la imagen de la radiofonía de México se debilitó considerablemente en el extranjero".¹⁷

¹⁷ José Rogelio Álvarez, *Enciclopedia de México*, p. 6837.

De acuerdo a la columna "Órbita Musical" del periodista Víctor Blanco Labra, el panorama de la radio para mediados de los sesenta se presentaba bastante halagador para las radiodifusoras, "el público se ha dividido en dos clases de auditorio: el nuevaolero y el conservador; este último puede subdividirse en tropical y romántico y, a la vez, el gusto romántico lo dividimos en nacional y extranjero. Estas son las cartas que se dividen las estaciones de radio capitalinas, y así tenemos, a la cabeza la programación de música *A go-go* a base de música de *rock and roll* cantado en inglés: Radio Capital, ya que dicha estación se ha convertido en un verdadero refugio para los rocanroleros de corazón".¹⁸ En segundo término, de acuerdo a "Órbita Musical", se encontraban las estaciones Radio Éxitos, Radio Variedades, Radio Mil, y XEDF, cuya programación era similar a la de Radio Capital.

Referente al género tropical, Radio Al era la estación que se encontraba a la cabeza; por su parte Radio Centro se encontraba en el mismo sitio, pero en cuanto a boleros y melodías románticas mexicanas; Radio 620 se encontraba en primer lugar de popularidad respecto a la música popular norteamericana, seguida por Radio 13.

El periodista Víctor Blanco Labra, en la nota "Radio Capital y Radio Éxitos en tremendo duelo radiofónico", publicada en enero de 1967 dentro de *El Heraldo de México*, reconfirmaba el éxito de Radio Capital como la número uno en *rating*, seguida de Radio Éxitos. Él mismo asegura que Radio Capital realizaba una labor en pro de la música moderna interpretada en inglés, brindando el mayor apoyo con el que contaban en México los rocanroleros británicos y norteamericanos, principalmente Los Beatles; por su parte Radio Éxitos, quien no tenía un rumbo fijo dentro de su programación musical, terminó por copiar el estilo de la primera,

¹⁸ Víctor Blanco Labra. "Órbita Musical", *El Heraldo de México*, 2 de enero de 1966, p. 3D.

comenzando de esta manera un duelo radiofónico entre estas dos emisoras.

De esta manera la radio capitalina proyectaba las más recientes novedades norteamericanas e inglesas, sin olvidarse de los artistas nacionales, impulsores del *rock and roll* ayudados de *covers* y la balada moderna. Es así como las voces de The Beatles, Rollin Stones,, Elvis Presley, Los Hermanos Carrión, The Monkees, Apson Boys, The Hitters, Raphael, Víctor Iturbe, Angélica María, Cesar Costa, Carlos Rico, Alberto Vázquez y Enrique Guzmán se escuchaban en las distintas estaciones radiofónicas.

Con la ley expedida en 1968 en relación al 25% de impuesto sobre las ganancias que recibían las empresas en pago de servicios prestados al amparo de concesiones federales de radio y televisión, las empresas radiodifusoras corrieron con la misma suerte que las televisivas, y pagaron dicho porcentaje con el 12.5% de su programación diaria. Durante esta época el gobierno apoyó frecuencias radiales en zonas indígenas del territorio nacional.

Así pues, la radio comercial fue la que destacó durante la década de los sesenta, lo cual provocó que las empresas discográficas inundaran las ondas radiales con la música interpretada por su elenco – mayoritariamente dirigido a los jóvenes- quedando a un lado las estaciones dedicadas a los aspectos culturales.

2.4 Industria discográfica de los años sesenta

Para finales de la década de los cincuenta en Estados Unidos se dieron adelantos en cuanto a las técnicas de grabación fonográfica: fueron producidos nuevos equipos para realizar grabaciones estereofónicas; se

desarrollaron audifonos del mismo tipo y fueron presentados los primeros discos con las mismas características.

En 1961 nació la leyenda del grupo de *rock* juvenil más reconocido del mundo: Los Beatles. Ello ocurre en Inglaterra cuando un cliente entra en la North End Music Store de Liverpool y pide el disco 'My Binnie' del grupo The Beatles. Brian Epstein, encargado de la tienda de la familia, no lo encuentra y promete al cliente buscarlos. Descubre que Los Beatles tocan en La Caverna, un club local, y que el disco se grabó un año antes en Alemania. Epstein se hace manager del grupo en enero de 1962.

Dentro de Historia de la Música Popular en México, Juan Garrido hace referencia al apoyo que artistas extranjeros recibían por parte de disqueras en México, "parece que en 1962 las grabadoras de discos se pusieron de acuerdo para promover la música extranjera. El rock and roll fue escuchado constantemente en las sinfonolas y radiodifusoras del país, y así triunfaron en México los Rolling Stones, Los Beatles, las canzonetas francesas de Aznavour, Vilard y Becaud; las melodías italianas de Modugno; las españolas de Alguero y por todas partes se oían las baladas, rocks, twists, cumbias, porros, calypsos, bosanovas, canciones de protesta y las de los festivales europeos".¹⁹

Durante el transcurso de los sesenta surgen nuevos adelantos tecnológicos que permiten una mayor evolución dentro de la industria del disco; Phillips da a conocer su tocacintas de cassette; William Lear, con el respaldo de las compañías RCA, Motorola y Ford, crea el tocacintas para cartuchos de 8 *tracks* para autos; y se crean los primeros equipos magnetofónicos de *cassette*.

¹⁹ Juan Garrido. *Historia de la Música Popular en México*, p. 148.

Las principales compañías discográficas dentro de nuestro país eran Orfeón, Musat, Peerless, CBS, RCA -cabe destacar que todas las anteriores disqueras eran de origen extranjero-. A finales de los sesenta Lola Beltrán, Roberto Jordan, Marco Antonio Muñoz y José José eran las cartas fuertes de la RCA; el trovador Marco Antonio Vázquez era el máximo vendedor de discos de Peerless; Juan Torres lo era para Discos Mussat; las Núñez, Dinamo y los Leos y Los Pianos Barrocos, eran los máximos vendedores de Orfeon; y Los Beatles de Capitol.

Para promocionar a sus artistas las disqueras se valía de cualquier oportunidad que se les presentaba, por ejemplo Mussat y Orfeón realizaban una promoción intensa de sus artistas en televisión.

Gracias a los fructíferos resultados obtenidos por sus artistas las compañías discográficas se vieron beneficiadas: a finales de los 60, Discos Mussat inauguró sus nuevas instalaciones, un edificio de 13 pisos; Orfeón incrementó la distribución de firmas internacionales; y Capitol tenía la oportunidad de contratar a varios artistas.

Es así como la industria del disco prefirió apoyar enormemente a los *rock and roll* durante la década de lo sesenta, lo cual significó grandes ganancias para las empresas discográficas, mismas que utilizaron para hacer crecer su negocio a través de nuevas instalaciones o contratando cantantes de talla internacional, lo que a su vez permitió una consolidación de las mismas.

2.5 La industria de la televisión mexicana en los sesenta

Para mediados los sesenta “se calculaba la existencia de un millón de aparatos receptores en la República, de los cuales 800 mil correspondían al

centro del país”,²⁰ durante esta época Telesistema invirtió 12 millones de pesos para aumentar su potencia, empresa que entonces contaba con 22 canales distribuidos en las principales ciudades del país.

Para esta década la televisión presentaba grandes adelantos tecnológicos, los programas ya podían ser filmados y grabados en *videotape*, y eran exportados a países como Costa Rica, Honduras y Nicaragua. Telesistema Mexicano mantenía contacto con las compañías productoras de aparatos electrónicos para adquirir los últimos inventos, y de esta forma estar al día en lo que a televisión se refería; en 1966 Telesistema había adquirido aparatos para transmitir programas a color; y se esperaba que los XIX Juegos Olímpicos, a celebrarse en la ciudad de México, se transmitieran a todo color; además se comenzaban a realizar transmisiones vía satélite, de país a país, ejemplo de ello fueron los partidos sostenidos por la selección mexicana durante la Copa del Mundo, efectuada en Londres.

Durante esta etapa de crecimiento de la industria televisiva surgieron nuevos canales de televisión. En septiembre de 1968 salió al aire la señal del Canal 8, bajo el auspicio de Televisión Independiente de México, compañía de capital regiomontano que instaló sus estudios en San Ángel Inn. Un mes después Canal 13 fue inaugurado, dicha concesión fue otorgada al señor Francisco Aguirre. “Después de tantos años de que la televisión estuvo hecha por un grupo de canales dirigida por un misma empresa, la aparición de dos estaciones competidoras puso la nota de interés y suspenso entre los miles de televidentes de la capital y de algunos estados de la República” .²¹

²⁰ José Rogelio Álvarez. *Enciclopedia de México*, p. 7613.

²¹ Alberto Catani. “La competencia, la Apolo II y la proyección nacional, lo mas sobresaliente de la TV en nuestro 4º. año de vida”. *El Heraldo de México*, 19 de noviembre de 1969, p. 15D

De acuerdo a Alberto Catani, en el reportaje titulado "La competencia, la Apolo II y la proyección nacional, lo más sobresaliente de la TV en nuestro 4º. año de vida", en un principio los dos nuevos canales no se hacían notar dentro del gusto del público que estaba acostumbrado a la programación de Telesistema Mexicano. Fue hasta el primer trimestre de 1969 cuando éstos comenzaron a motivar el interés del público televidente; el 13 ayudado de premios dados al público, ya sea por teléfono o en la puerta de su casa; el 8 con sus programas que acapararon la atención de la gente, entre los que destacan: "Domingos Espectaculares", conducido por Raúl Velasco, "Juan Pirulero", programas de comentarios, la transmisión de "Luchas en Patines" y el "Club de los Millonarios", programa realizado para los pequeños del hogar.

De esta manera, los canales 8 y 13 comenzaron a ganar adeptos dentro del público televidente. De acuerdo a Catani, el 8 fue un verdadero rival para Telesistema Mexicano, pues en varias ocasiones le ganó las transmisiones de fútbol jugados por la selección mexicana en Europa; mientras que el 13 se formaba una imagen popular.

Por su parte, Canal 11 invirtió alrededor de 10 millones de pesos para mejorar su equipo técnico con lo cual alcanzaría una mayor cobertura, pues hasta entonces dicho canal sólo se podía ver en lugares cercanos al Casco de Santo Tomas; al año siguiente un decreto presidencial dispuso que éste sería utilizado exclusivamente para emisiones de carácter educativo, quedando la Secretaría de Educación Pública como la encargada de realizar los programas, operar y mantener las instalaciones y equipos.

En diciembre de 1968, el entonces presidente Gustavo Díaz Ordaz fijó un impuesto del 25% sobre los ingresos de las empresas de radio y televisión;

seis meses después se dispuso que dicho gravamen podría pagarse con 12.5% del tiempo de la producción diaria, creándose con ello la Comisión Intersecretarial en materia de Radio y Televisión, misma que se encargaría de manejar dicho porcentaje.

Es así como sin lugar a duda los sesenta fue una década muy fructífera para la industria de la televisión mexicana, pues también de los adelantos tecnológicos con que contaba –video tape, transmisiones vía satélite, imágenes a todo color, etc.- a finales de esta década surgen dos nuevos canales (Canal 8 y Canal 13), además de que Canal 11 amplía su cobertura, con lo que el público televidente tuvo más opciones en cuanto a programación se refiere.

2.6 Teatro mexicano en los sesenta

En México el Estado mexicano ha tenido la participación directa en la producción teatral del país; por decreto el Instituto Nacional de Bellas Artes crea programas, festivales, etc. A la par del desarrollo del teatro promovido por el Estado, se da el teatro comercial bajo la mirada de la Asociación Nacional de Actores (ANDA). El teatro comercial sigue dos líneas fundamentalmente. En la primera utiliza la importación de obras extranjeras, traídas del extranjero. En la segunda línea se tiende a representar obras cuyo tema y forma dejan mucho que desear con respecto al gusto estético, ya que este tipo de obras ha dado lugar a teatro frívolo.

En la década de los años cincuenta el Departamento de Teatro Foráneo del INBA organiza el primer concurso nacional de dramaturgia. Asimismo es celebrado en la ciudad de México el Primer Festival Panamericano de Teatro. Marcel Marceau visita por primera vez México.

Iniciados los sesenta Manolo Fábregas realizó la Temporada de Oro del Teatro Mexicano, misma que duró tres años. Emilio Carballido gana el Premio Casa de las Américas de dramaturgia por *Un Pequeño Día de Ira*, tiempo después recibe el Premio Juan Ruiz de Alarcón por *Yo También Hablo de la Rosa*. El INBA promueve la creación de carpas itinerantes para llevar el teatro mexicano a distintos lugares del interior de la República. Hacia finales de este decenio es presentada la obra *Los Albañiles*, de Leñero, misma que, a pesar de la censura por sus palabras altisonantes, es vista por más de sesenta mil espectadores durante su primera temporada.

A mediados de la década de los sesenta, de acuerdo a una entrevista realizada al actor Carlos Ancira, en *El Heraldo de México*, el teatro no se encontraba en óptimas condiciones “la situación del teatro actual en México es caótica –dijo al fin-, desgraciadamente no puedo afirmar que se trata de una crisis, sino de un raquitismo muy acentuado”,²² dicha situación de acuerdo a Carlos Ancira se debía a que al público no le acababa de gustar el teatro y optaba por otras actividades como el fútbol, cine o box; asimismo señaló una falta de evolución dentro del teatro en México.

Dichas declaraciones eran reafirmadas por la sección de espectáculos de *El Heraldo de México*, pues en una reseña acerca de lo ocurrido en el terreno teatral durante 1966 señala que “al terminar el pasado 1965, puesto a revisar lo que se había hecho, la labor resultó propia de masoquistas sí a uno le gusta el teatro, los doce meses del 65 eran bastante pobres, en lo cual coinciden todos los que se dedican a este espectáculo”.²³ Dicho trabajo periodístico habla de una nueva generación

²² “Nuestro teatro está convirtiéndose en un prostíbulo, afirma Carlos Ancira”, *El Heraldo de México*, 19 de noviembre de 1966, p 1D.

²³ “Lo mejor que se hace en el teatro mexicano se debe a la nueva generación”, *El Heraldo de México*, 9 de noviembre de 1966, p. 1D.

que aparece en 1966 y que da un respiro a los olvidados escenarios teatrales, tanto en el ramo profesional como en el cultural, pero no se dan nombres de autores o directores.

De esta manera nos damos cuenta cómo la situación de teatro en México no fue tan fructífera durante la década de los sesenta –caso contrario al de la televisión y los discos de la misma época-, pues los mismos protagonistas teatrales y los críticos del género coinciden que estos años estuvieron enmarcados por una aguda crisis tanto de talento como económica.

Como hemos visto, la estabilidad económica que perduró en México a partir del Milagro Mexicano y hasta la década de los sesenta, permitió que la sociedad cambiara de hábitos, ello también con la creciente industria del espectáculo, especialmente la de la televisión y los discos.

Así pues, la mayor parte del contexto en el que se encontraba la industria del entretenimiento era propicio como para hacerla crecer aun más, ello con ayuda de los medios de comunicación, mismos que se ayudan entre sí para poder ganar un terreno dentro del gusto del público.

Así pues, las poco afortunadas industrias del teatro y cine mexicanas ayudaron al crecimiento y posicionamiento de la industria de la televisión y del disco, mismas que ayudaron a cambiar la forma de pensar y vivir de los habitantes de nuestro país.

CAPÍTULO 3

EL HERALDO DE MÉXICO

En este apartado se pretende mostrar cómo fue el inicio de *El Herald* de México, la opinión de algunos de los periodistas más destacados de la época. También conoceremos cuáles eran los intereses de Gabriel Alarcón Chargoy para con este nuevo medio de comunicación. Además, se mostrará el análisis de la estructura del *El Herald* de México durante sus inicios, de esta manera lograremos saber algunas de las características de las notas, qué tipo de recursos periodísticos se utilizaban, cuáles eran los géneros que más se utilizaban.

Asimismo se presentarán algunos detalles biográficos de Gabriel Alarcón Chargoy, además conoceremos algunos de los otros negocios en los que éste estaba involucrado, que nos permitirá conocer quiénes eran sus socios más cercanos; de esta manera nos daremos una idea de cuál era el perfil de Gabriel Alarcón Chargoy.

3.1 Nace *El Herald* de México

¡Buenos días!, es el saludo con el cual, la mañana del 9 de noviembre de 1965, sale a la venta el primer ejemplar de *El Herald* de México, "diario de orientación conservadora que responde a los intereses de los sectores económicamente poderosos",¹ rotativo del cual un día antes fueran inaugurados sus talleres de impresión por el entonces Presidente de la República, Gustavo Díaz Ordaz y por Gabriel Alarcón Chargoy, fundador de dicho periódico.

¹ José Rogelio Álvarez. *Enciclopedia de México*. p. 6353

A la inauguración de los talleres de *El Heraldo de México* asistieron grandes representantes de la prensa mexicana, tales como Agustín Arroyo, presidente de PIPSA y director de *El Nacional*; José García Valseca, presidente y director general de la cadena periodística de los Soles; Rómulo O`Farril, presidente y gerente general de *Novedades*; y Enrique Ramírez diputado y director de *El Día*; entre muchas otras personalidades del medio periodístico, quienes opinaron sobre el tema. Agustín Arroyo señalaba que los periódicos fungen como un "faro que señala al mundo las rutas que conducen al éxito en su marcha hacia el progreso. Este faro, en su tarea diaria, debe dejar una constancia permanente de voluntad y buena fe".²

Gran parte de los invitados conoedores del mundo del periodismo quedaron impresionados con las instalaciones de *El Heraldo de México*, expresando de esta manera su opinión. Rómulo O`Farrill Jr., director general de *Novedades*, quedó maravillado con las instalaciones del nuevo rotativo. Al respecto aseguró que "Todos los que estamos en el medio periodístico tenemos que luchar por superarnos. Desde luego el proceso de *offset* da una impresión de mejor calidad. Los órganos de difusión ayudan al progreso del país y sirven para orientar la proyección de México en todos los sentidos".³

Por su parte, Enrique Ramírez y Ramírez, director de *El Día*, comentó sobre las instalaciones y se mostró complacido con la aparición de la nueva publicación al decir que "son magnificas sus instalaciones. Es una concepción moderna de la industria periodística. Quienes somos periodistas nos interesamos en que la prensa de México tenga periódicos a la altura que los necesita y que le permitan elevar su nivel cultural. Me

² "Representativos de la prensa opinan", *El Heraldo de México*, 9 de noviembre de 1965, p. 3A.

³ Op. Cit., p. 3

complace la aparición de este nuevo periódico y deseo que sea para bien del pueblo de México".⁴

"Sus instalaciones son magnificas. Seguramente será uno de los mejores diarios del país"⁵, expresaba de esta manera su opinión Roberto Katz, director de la agencia informativa *France Press*. Otros periodistas comentaron lo que representa la aparición de este diario en el mundo del periodismo. Este fue el caso de Rómulo O'Farrill, presidente y gerente general de *Novedades*, quien calificó este hecho como "un acicate que nos obliga a superarlos".⁶

José García Valseca, entonces director de la cadena periodística de los Soles, expresó su sentir al respecto manifestando su beneplácito por "que surjan nuevos periódicos del tipo moderno que necesita nuestro país. Esperamos que realice la misión de todo periodista: Servir a México".⁷

Por su parte, el periodista y escritor Alfonso Junco se expresaba de la siguiente manera, "por lo que he visto, creo que será un periódico excepcional. Deseo que *El Herald de México* cumpla como órgano orientador de la opinión pública, con la alta misión y responsabilidad que todo periódico tiene. Deseo un éxito rotundo".⁸

Con la finalidad de poder ganar un lugar dentro del competido mundo del periodismo, los puestos directivos de *El Herald de México* quedaron en manos de: Gabriel Alarcón Chargoy, presidente y director general; Alberto Peniche Blanco, gerente general; Agustín Barrios Gómez, vicepresidente, Oscar Alarcón Velásquez, sub director; Gabriel Alarcón Jr., director de

⁴ Op. Cit., p. 3

⁵ Op. Cit., p. 3

⁶ Op. Cit., p. 3

⁷ Op. Cit., p. 3

⁸ Op. Cit., p. 3

publicidad y relaciones, Daniel Cadena Z., jefe de redacción, Ángel Torres G., jefe de información, J. Gutiérrez Cervantes, jefe de publicidad, José Hernández Jiménez, administrador; y Julio G. Cetina, jefe de circulación. Desde sus inicios *El Herald de México*, diario fundado por Gabriel Alarcón Chargoy, contaba con su propia plantilla de reporteros que de la mano del jefe de redacción Daniel Cadena Z., y del jefe de información Ángel Torres, cubrían diferentes fuentes informativas tales como Salud, Seguridad Pública, Departamento del Distrito Federal, PEMEX, Presidencia, Economía, entre otras varias, para dar al público la información más fresca al salir el sol.

Además de contar con reporteros propios, *El Herald de México*, periódico que en sus orígenes era publicado por la compañía Editora Alarcón S.A., contaba también con los servicios periodísticos de agencias informativas como: *Associated Press (AP)*, *France Press (AFP)*, *United Press International (UPI)*, *Agencia Mexicana de Servicios Informativos, Infomex*, *Ceskoslovenska Tiskova Kancelor (CTK)*, y *Agencia d' Prensa Checoslovaca*, entre otras.

En el editorial escrita por el diario se señala que "*El Herald de México* se propone no ser un órgano de un grupo, de una tendencia, de una clase social, ni de un dogma determinado, y apolítico, ya religioso, ni siquiera del que quienes lo escribimos lo consideramos propio",⁹ además manifiesta que "nuestras máximas aspiraciones se encaminan a la limpieza moral, el noble mexicanismo y la probidad de nuestra patria y del fiel eco en esa realidad nacional, de la actividad del mundo en que vivimos",¹⁰ siempre destacando el nivel técnico con el que cuenta.

⁹ *El Herald de México*, 9 de noviembre de 1965, p. 1A.

¹⁰ Op. Cit., p.1

3.2 Gabriel Alarcón Chargoy, su director

Gabriel Alarcón Chargoy, fundador de *El Heraldo de México*, nació en Tianguistengo, Hgo., el 28 de noviembre de 1907; y murió en la ciudad de México el 16 de septiembre de 1986. Fungió como presidente y director de *El Heraldo de México*, dicho cargo lo dejó hasta el día de su muerte, quedando al mando Gabriel Alarcón hijo.

Hasta 1935 administró en su pueblo natal una fábrica de alcohol, propiedad de su familia. Dos años más tarde abre una tienda de abarrotes en la ciudad de Puebla y maneja un planta de veladoras. En 1938 se asocia con Willian O. Jenkins, entre los dos construyen el monopolio exhibidor de películas más grande de América Latina, llamado Cadena Oro. Cinco años más tarde funda una compañía productora de films; y en 1949 se asocia con Emilio Azcárraga, extendiendo la Cadena Oro al Distrito Federal.

De acuerdo con El Libro Negro del Cine Mexicano, escrito por el cineasta Miguel Contreras Torres, Gabriel Alarcón Chargoy comenzó una amistad desde muy joven con Willian O. Jenkins, a quién el director siempre denunció ante las autoridades por el monopolio cinematográfico que extendió por todo el país –éste comprendía desde salas de cine hasta distribuidoras que ponían fuera de la jugada a los productores independientes-.

Contreras Torres asegura que el trío conformado por Willian O. Jenkins, Manuel Espinosa Iglesias y Gabriel Alarcón Chargoy formaron un cacicazgo dentro de la cinematografía nacional, apoderándose de cuantas salas de cine se les ponían enfrente impidiendo, a quien no se le uniera, ni siquiera poder pensar en competir contra ellos.

Dicho monopolio del cine, de acuerdo al autor de El Libro Negro del Cine Mexicano, siempre estuvo solapado por altos funcionarios del gobierno mexicano, siendo el General Maximino Ávila Camacho, quien más colaboró para que “Jenkins y su camarilla” –como Miguel Contreras llama al trío compuesto por Willian Jenkins, Manuel Espinosa y Gabriel Alarcón Chargoy- tuvieran el control dentro de la industria de la cinematografía mexicana.

Aunado a sus intereses filmicos, Gabriel Alarcón compra la franquicia de tarjetas de crédito Diners Club en 1961; y en 1965 funda *El Heraldo de México*¹¹, el cual dirige hasta el día de su muerte, para 1985 edita también, *El Heraldo de Puebla*, *El Heraldo de Tlaxcala*, y *El Heraldo de Hidalgo*.

¹¹ Recientemente *El Heraldo de México*, fue vendido al periodista José Gutiérrez Vivó, y es publicado por El Heraldo de México S,A de C.V. -ahora empresa de Grupo InfoRed- con el nombre de *Diario Monitor*.



El Presidente Gustavo Díaz Ordaz asistió a la inauguración de los talleres de El Heraldo de México.

ACERVO DE LA HEMEROTECA NACIONAL



Las imágenes fueron parte esencial dentro del nuevo rotativo.

ACERVO DE LA HEMEROTECA NACIONAL

3.3 Características de *El Heraldo de México*

En su primer número *El Heraldo de México* se publica a siete secciones. La sección A contiene información general, nacional, internacional, deportiva y financiera, todo ello en un total de 16 páginas. Tanto las imágenes como la información registrada en esta edición provienen de agencias informativas como AFP, UPI, OLA, AP, siendo utilizadas estas sólo para las noticias extranjeras, mientras que las fotos y las notas de corte nacional, que en su mayoría se publican sin firma, al parecer son propiedad del diario pues no se indica alguna otra fuente.

Por su parte, la sección B consta de 8 páginas, en ella se brinda información relacionada con el mundo de la sociedad, los espectáculos (segmento del que nos referiremos más adelante con mayor detenimiento) y el entretenimiento. Las fotografías publicadas dentro de esta parte del diario tampoco presentan el nombre del autor. En cuanto a las notas que aquí se encuentran en su mayoría tampoco están firmadas por los periodistas.

La sección C se encuentra conformada por 12 páginas, siendo 8 de ellas de información deportiva (fútbol soccer, béisbol, box, ciclismo, fútbol americano, carrera de caballos, toros); en el resto de la sección hay información referente a los estados de la república, en el mayor de los casos ninguna de estas notas aparece con crédito alguno.

Cabe mencionar que a partir del segundo número de *El Heraldo de México* la sección referente al mundo del deporte se adueña de la sección B, pues es en ésta donde aparece todos los días ocupando un mayor espacio.

Mientras que la sección D está dedicada a la mujer, la E, F y G, muestran reportajes sobre el arte culinario, rincones turísticos y personalidades respectivamente, en este primer número se dedicó dicho espacio (sección F) al general De Gaulle. Ninguna de las secciones en las cuales se encontraba dividido el rotativo aparece algún responsable sobre el contenido en las mismas.

Como podemos ver *El Herald de México* contaba en sus páginas interiores con secciones fijas: información general, deportes, sociales y espectáculos, con información y opiniones referentes a cada una de ellas; pero también durante su evolución aparecieron otras secciones, mismas que salían de manera regular sólo una vez a la semana, entre ellas podemos encontrar el suplemento de espectáculos y la sección de caricaturas, a ellas se les unieron más tarde otras sobre agricultura y turismo.

Así, la estructura de la primera plana del periódico, el cual hasta la fecha tiene un tamaño estándar (58 x 38.6 cm), era similar a *Excélsior* y *El Universal*, contaba con cintillo, orejas, cabecera, línea de fecha, sumario, fotografía, pie de foto, balazos, columna, y pases, entre otros elementos. En dicha plana se informaba de asuntos políticos y económicos, nacionales e internacionales, los cuales eran de mayor interés para el público. Cabe destacar que desde su nacimiento *El Herald de México* no cuenta con un lema que caracterice al informativo.

3.3.1 Primera Plana

En el primer ejemplar del diario, *El Herald de México*, sobresalen dos elementos primordiales dentro de su primera plana; como primer elemento encontramos un editorial que el rotativo manda a sus lectores explicando

el por qué de su lanzamiento, cuáles son los fines y las causas, sus propósitos y más; como segundo elemento de gran importancia dentro de la misma página hallamos una nota relacionada con la visita que tuvo el presidente Díaz Ordaz a las instalaciones de este medio impreso.

En el editorial escrito por el diario se señala que "*El Heraldo de México* se propone no ser un órgano de un grupo, de una tendencia, de una clase social, ni de un dogma determinado, y apolítico, ya religioso, ni siquiera del que quienes lo escribimos lo consideramos propio",¹² además manifiesta que "nuestras máximas aspiraciones se encaminan a la limpieza moral, el noble mexicanismo y la probidad de nuestra patria y del fiel eco en esa realidad nacional, de la actividad del mundo en que vivimos",¹³ siempre destacando el nivel técnico con el que cuenta.

Al estar analizando esta primera plana, referente a la nota sobre la visita del entonces presidente de México, Gustavo Díaz Ordaz, observamos que dicha información está acompañada de una fotografía en la cual se encuentra el Primer Mandatario muy sonriente y sosteniendo en sus manos el número cero de *El Heraldo de México*, en este número cero se aprecia una foto del jefe del Ejecutivo, en dicha imagen Díaz Ordaz está sentado en la silla presidencial y lleva puesta la banda presidencial.

Cabe destacar que dentro de la fotografía del presidente de la República que aparece en el número uno de *El Heraldo de México*, éste se encuentra acompañado de los directivos del nuevo medio de información: Gabriel Alarcón, Oscar Alarcón Velásquez y Alberto Peniche Blanco.

¹² *El Heraldo de México*, 9 de noviembre 1965, p. 1A.

¹³ Op. Cit., p.1

Durante la revisión efectuada a los primeros cinco números de dicho periódico se encontró que el promedio de notas presentada dentro de la primera plana es de 9, siendo el 11 de noviembre de 1965 cuando el diario presenta la mayor cantidad de notas en esta parte del diario, pues aparecen 13, pero dos días después la cifra de noticias que tienen lugar en la primera plana baja a 7, siendo la edición de 13 de noviembre cuando aparece el menor número de notas aquí.

Las noticias más importantes para este nuevo medio de comunicación tenían titulares de 6 columnas, en la mayoría de los casos dichas notas periodísticas iban acompañadas de alguna imagen fotográfica referente al tema, pero cabe aclarar que si se trataba de una nota internacional sólo se presentaban fotos de agencias. Las fotografías dentro de la primera plana eran menores que el texto, pues el mayor número de imágenes únicamente llegaba a la cifra de 3, y aunque en ocasiones estaba relacionada con alguna nota de la primera plana otras veces se trataba de una imagen sola que no contaba con la compañía de alguna nota informativa aunque el pie de foto explicaba la imagen.

Las notas periodísticas más sobresalientes del día, presentadas al lector, en su mayoría eran noticias del extranjero, varias de las cabezas de la primera plana eran referentes al plano internacional; en los primeros cinco números del medio informativo encontramos dos de corte nacional, contando en este caso la nota de ocho columnas sobre el surgimiento de *El Heraldo de México*.

Lo anterior también sucede con las demás notas informativas presentadas en la portada del diario, pues la mayor parte de ellas también son del ámbito internacional, dejando un poco al lado las noticias nacionales.

Lo anterior tal vez se deba a que el periódico hace un seguimiento de noticias de las cuales anteriormente haya tratado, por ejemplo, el 10 de noviembre de 1965 se da a conocer la nota sobre un apagón que afectó la ciudad de Nueva York, el número siguiente de la publicación toca nuevamente dicho tema, pero en esta ocasión se habla de las causas del suceso. Lo mismo ocurre en el número 4 del periódico, ya que se informa sobre la Independencia de Rhodesia, tema que es abordado nuevamente al día siguiente.

Algunas de las cabezas de esta parte del periódico son: Apagón en Nueva York (10-nov.-65), No se Aclara la Causa del Apagón (11-nov.-65), La fuerza de la Paz de la OEA Ha Sido Eficaz en Santo Domingo, Afirma Mora (16-nov.-65), Con Siete Años de Retraso se Reúnen los Cancilleres en Río (17-nov.65), y Carrillo Flores Hablará de la Revolución (19-nov.-65).

La primera plana también cuenta con otros elementos como son los pases que nos llevan al interior de la publicación para que podamos de esta manera obtener mayor información con respecto a algún tema en específico. Asimismo los sumarios forman en algunas ocasiones parte de la portada de *El Heraldo de México*; del 9 de noviembre al 13 del mismo mes aparecieron dos sumarios en esta parte del diario.

'Picaporte', firmada por Luis Spota, es la única columna que aparece dentro de esta parte del periódico, éstas jamás termina aquí, pues tiene un pase para que se pueda leer el resto de la columna en el interior de la publicación.

Por su parte, las primeras planas de las secciones B y C son muy diferentes a la de la primera sección, pues cabe mencionar que tan solo en la B los la

nota del día ocupa las ocho columnas en su mayoría, presentando un seguimiento de la noticia en el siguiente número.

Los titulares de la página 1-B por lo general hacen referencia al fútbol *soccer* y las notas van ilustradas por imágenes que jamás llevan el crédito del reportero gráfico.

Entre las cabezas dentro de los primeros 10 números de dicha sección encontramos: El Partido es Hoy de 22 Mexicanos, Universidad vs Cruz Azul (11-nov.-65), ¡Ese sí es Universidad! 4-1 (12-nov.-65), El Clásico Estudiantil, Poli vs Universidad Hoy (13-nov.65), Triunfo Estrujante de Universidad (14, nov.-65), y Atlas en 2º. Lugar a un paso del América (19-nov.-65).

En cuanto a la sección C, las notas de ocho de la misma están basadas en su mayoría en la columna del periodista Barrio Gómez, 'Comentarios de Hoy', misma que hace referencia a varios aspectos de la vida política y social, así como de la historia. Por ejemplo el 13 de noviembre aparece como cabeza "Nueva York y Nosotros", dos días después "Realidad de la ciudad Olímpica Mexicana", al siguiente par de números "Ante la Conferencia de Río", y por último, a diez días del nacimiento de El Heraldo de México "Estampa de la Revolución". Dentro de 'Los Comentarios de Hoy' se publicaban un gran número de fotografías para ilustrar el tema del cual hace referencia Barrio Gómez, mismas que no tienen crédito del autor de la imagen.

La sección D contiene información de diferente índole, casi no se presentaba el mismo tema, en algunas ocasiones eran reportajes de gastronomía, o sobre temas dedicados a las mujeres.

3.3.2 Imágenes y Publicidad

Tanto la imagen como la publicidad eran parte esencial dentro del diario de Gabriel Alarcón Chargoy; pues al realizar una revisión a varios de los primeros números, referente a los componentes anteriormente señalados, se halló que en la edición del 9 de noviembre de 1965, fecha en que surge el medio informativo, la Sección A contó con más de 20 fotografías, de las cuales sólo 4 se acreditaban a las agencias AP y UPI.

Por su parte, la Sección B constaba de 15 imágenes fotográficas. Siendo las secciones C y D las que mayor cantidad de fotos contienen, pues la primera alcanza el número de 34 imágenes mientras que la segunda le gana por dos fotografías, ninguna de éstas contaban con el crédito de algún reportero gráfico o agencia informativa.

Las imágenes fotográficas presentadas dentro de El Heraldo de México iban de acuerdo al tema de la sección o noticia, por ejemplo, dentro de la sección A se presentaban imágenes correspondientes a políticos. Generalmente los protagonistas de la noticia aparecen en primer plano, ya sea acompañados o solos; de estar acompañados generalmente se les tomaba de la cintura a la cabeza; cuando se presentaba la foto de un funcionario solo, en la mayoría de las ocasiones esto se hacía mostrando desde los hombros del personaje hasta la cabeza o simplemente la cara del mismo.

En cuanto a fotografías deportivas se refiere, éstas presentaban a los personajes más destacados dentro de este ámbito y los que estaban en boca de todos en ese momento; así pues, se presentaba a los deportistas en plena competencia contra alguno de sus rivales, o simplemente se

mostraba posando frente a la cámara –ello ocurría más en los casos de los boxeadores antes de tener una pelea contra algún similar- .

Las fotografías que acompañaban a los reportajes publicados en el rotativo, generalmente presentaban alguna imagen de lugar, pintura o personaje relacionado con el texto publicado; en las fotografías podía aparecer desde la fachada de una iglesia hasta la imagen de una mesa decorada para una ocasión especial. Las imágenes relacionadas con algún sitio turístico o con el amplio mundo de la gastronomía en muchas ocasiones aparecían a todo color.

En cuanto a la publicidad presentada durante el mismo día, los anuncios de este tipo alcanzaron la cantidad de 27 (ver tabla 1). El mayor número de anuncios se presentaron en la primera sección, y entre los patrocinadores del rotativo se encuentra J&B. Vinos Internacionales, S.A., Lotería Nacional, Fondo Industrial Mexicano, S.A., Monte de Piedad, Banco Nacional de México, Nescafé, Cemento Tolteca, y las compañías Ford y Al puerto de Veracruz, S.A., siendo estas dos últimas las únicas que utilizaron una página completa, cada una, dentro de la primera sección.

Las secciones B y D sólo contaban con un patrocinador aunque el rotativo tenía un espacio especial para los anunciantes pequeños dentro de la Sección B, el cual llevaba por nombre *Anuncio comercial, un millón de lectores lo leerán*, mismo que ocupó durante esta ocasión las páginas 4 y 5. Aquí se podían encontrar anuncios de salones de belleza como Cleo, Noemí y Michel de Paris; así como empresas dedicadas a la alta costura entre las que están Maytorela, Roditi y Demián; además de otras pequeñas empresas dedicadas al ramo de la joyería, lavandería y gastronomía.

Diez días más tarde *El Herald de México* presentaba un total de cinco anuncios publicitarios (ver tabla 2), Cognac Martell, Diners Club, Hipódromo de las Americas y Philco son algunos de ellos. Su sección *El anuncio comercial* en esta ocasión ocupaba 2/3 de la página 4-D, Camisas Savoy, Núcleo Radio Mil, Jack's (camisas), Rodini (ropa para dama) y Vidrios La Castellana son quienes ofrecen sus servicios y productos esta vez.

La situación cambió un mes después, pues el 9 de diciembre del mismo año se encontraron 10 anuncios publicitarios (ver tabla 3), Inmobiliaria Paulino Rivera Torres S.A., General Motors, Lotería Nacional. XEB, Cervecería Moctezuma, Al Puerto de Veracruz, Unión Nacional de Productores de Azúcar S.A. de C., y Hermanos Vázquez son algunos de ellos; éste último fue el único que ocupó una página completa utilizando los colores azul, blanco y negro, siendo que la mayoría de los comerciales se presentaban en blanco y negro. El espacio titulado *El Anuncio Comercial* en esta ocasión exclusivamente ocupaba 1/4 de la página 4-D, Centro de Novedades S.A., Papas en México (restaurante de comida francesa), Repertorio Beethoven (instrumentos musicales) y Diners Club (empresa de Gabriel Alarcón) son los únicos anuncios dentro de esta sección del diario dedicada a la publicidad.

Generalmente en todos los anuncios publicados dentro de *El Herald de México* sólo presentaban con letras grandes el nombre de la empresa, y en letras más pequeñas alguna información adicional como la ubicación de dicha compañía, los años al servicio del público, los productos a vender, etc. Exceptuando algunos anuncios como los de vinos y licores, televisores o del hipódromo mostraban otro tipo de imagen.

Por ejemplo, J&B Vinos Internacionales S.A. exhibía al lector las diferentes presentaciones de las bebidas de dicha marca; Televisores Phico mostraba una imagen del aparato receptor en el cual se presentaba una imagen nítida, comparada con otros dos aparatos de los cuales no aparecían las marcas, además se explicaban los motivos, en un texto anexado, sobre porqué el público debía comprar los televisores de Philco; en cuanto al anuncio del Hipódromo de las Américas, éste presentaba el medio cuerpo de unos caballos que daban la impresión de ir galopando a toda velocidad, debajo de ellos aparecía el nombre de Hipódromo de las Américas.

Otros de los anuncios que aparecían con imagen son los que estaban incrustados en la sección de *El Anuncio Comercial*, pues a pesar de que eran pequeños los espacios, los anunciantes sabían aprovechar la oportunidad de anunciarse, presentaban la marca de su empresa o producto acompañada de una imagen relacionada con dicho servicio o producto, tal es el caso de Camisas Savoy o Jakc's en donde presentaban su nombre y un dibujo de una camisa.

El Heraldo de México fue uno de los primeros diarios, si no es que el primero, en publicar fotografías a color. Esto se deja ver más que nada dentro de algunos de los anuncios comerciales que aparecen en la publicación en sus primeros números. Ejemplo de ello son los desplegados que Núcleo Radio Mil y Coca Cola publicaron en dicho rotativo. El anuncio de Núcleo Radio Mil ocupaba toda una plana completa, los colores utilizados son el blanco, negro, amarillo y azul. El enunciado que servía como gancho era "Siempre a la Cabeza NRM". Cinco esferas amarillas, distribuidas en la página representaban las estaciones de este grupo radiofónico: Radio Onda, Radio Eco, Radio Sinfonola, Radio 590 y Radio XEOY-FM. En la parte inferior derecha se encontraba un recuadro medio

inclinado, con fondo blanco y letras negras, ahí se publicó una congratulación por parte de NRM por la llegada de *El Heraldo de México*. todo ello en un fondo azul.

Por su parte, Coca Cola anunciaba su beneplácito porque la industria azucarera de México era una de las primeras del mundo, y sobre todo, que Coca Cola figuraba entre los consumidores de azúcar mexicana. En la parte superior una mano sostenía dos paletas de pirulí, una roja y una verde. En la parte inferior central se encontraba el logotipo de Coca Cola, todo ello en un fondo color azul.

Así pues, a partir de la idea del empresario, de origen hidalguense, Gabriel Alarcón Chargoy surgió *El Heraldo de México*, mismo que en sus inicios dejó asombrados a los propios representantes de la prensa en México debido a las modernas instalaciones con que contaba el rotativo, mismas que dieron el toque de distinción a este nuevo diario por medio la conformación tan novedosa de sus páginas y de la utilización del color, que para esa época no era muy empleada en los periódicos de la capital mexicana.

ANUNCIANTES				
(9 de noviembre de 1965)				
Sección	Anunciante	Espacio columna	Espacio página	Número de página
A	J&B Vinos Internacionales S.A.	4	1/2	2
	Lotería Nacional	4	1/2	4
	Café Oro	6	2/3	6
	Fondo Industrial Mexicano S.A.	3	1/3	6
	Black and White, Scotch Whisky	3	1/4	7
	Dina, Diesel Nacional S.A.	8	1/2	7
	Monte de Piedad 5	4	1/2	13
	Banco Nacional de México	5	2/3	12
	Rivel, Constructora Eléctrica Rivel S.A.	4	1/4	14
	Nescafé	4	1/4	14
	Cemento Tolteca	3	1/4	14
	GM, Diesel México S.A.	3	1/4	14
	Ford	8	Página Completa	15
	Al Puerto de Veracruz	8	Página Completa	16
B	Philco	5	3/4	3
	Anuncio Comercial	8	Página completa	4 y 5
C	Camisares Santiago	7	3/2	5
	Vermut, Vinos Santa María y Babadilla 103	3	1/3	7
	Producciones Sotomayor S.A.	8	1/2	11
	Viarra	3	3/4	12
D	Gerber	5	1/2	3
E	Volkswagen	8	Página completa	3
	Mahakian	8	Página Completa	5
	Bancomer	8	Página Completa	4
	Núcleo Radio Mil	8	Página Completa	7
	Cementos Anahuac	4	1/2	6
	Coca Cola	8	Página Completa	8

CUADRO 1

Este cuadro muestra el nombre de los diferentes anunciantes que ocuparon un lugar dentro del primer número de *El Heraldo de México* tomando en cuenta el espacio y página utilizados.

ANUNCIANTES				
(19 de noviembre de 1965)				
Sección	Anunciante	Espacio Columna	Espacio Página	Página
A	Cognac Martell	3	1/3	3
	Diners Club	1	1/8	8
B	Hipódromo de las Américas	4	1/6	6
C	Philco	5	1/4	2
D	El Anuncio Comercial	8	Página completa	4
	Tapetes Cueto	4	1/2	7

CUADRO 2

Los anunciantes y el espacio que utilizaron en el número 10 del diario de Gabriel Alarcón Chargoy se muestran en este cuadro.

ANUNCIANTES				
(9 de diciembre de 1965)				
Sección	Anunciante	Espacio Columna	Espacio Página	Página
A	Inmobiliaria Paulino Rivera Torres S.A.	5	1/2	2
	Contreras	4	1/2	3
	Chevelle'65	6	9/10	5
	Lotería Nacional	6	2/3	7
	Bell & Howell	2	1/3	7
	Hermanos Vázquez	8	Página completa	8
B	XEB	2	1/3	2
	Cervecería Moctezuma	3	1/6	2
D	Al Puerto de Veracruz	3	1/3	3
	UNPASA	3	2/3	3
	El Anuncio Comercial	2	1/4	4

CUADRO 3

Este cuadro presenta el nombre de los anunciantes y el espacio que ocuparon los mismos el 9 de diciembre de 1965 en *El Heraldo de México*.

CAPÍTULO 4

EL HERALDO DE LOS ESPECTÁCULOS

Este capítulo pretende hacer una breve reseña sobre cuál era la situación de las secciones de espectáculos de diferentes diarios de la capital mexicana, como lo son: *El Universal*, *Excélsior*, *Esto*, y *Ovaciones*, periódicos que para noviembre de 1965, mes en que surge *El Herald de México*, ya contaban con un espacio dedicado para abordar temas referentes al mundo del entretenimiento. Lo anterior se hace con la finalidad de realizar una pequeña comparación entre estas secciones paralelas a las del diario encabezado por Gabriel Alarcón Chargoy

Asimismo se dará a conocer lo referente a la propia sección de espectáculos de *El Herald de México*, con ello se conocerá cuáles temas abordaba dicha sección, quiénes eran los periodistas que trabajaban para la misma, de dónde salían las noticias publicadas, cuál era su diseño, cuáles eran las empresas que se patrocinaban, cuál era la relación entre texto y fotografía, etc., todo ello, de manera que se conozca a fondo la sección de espectáculos de *El Herald de México*, materia de este trabajo de investigación.

También se hará una breve descripción del suplemento de espectáculos del mismo diario, pues gracias a éste y a la sección dedicada al mundo de la farándula del periódico fundado por Gabriel Alarcón, sobre todo por la segunda, se difundió gran parte de lo referente al mundo de los espectáculos de ese entonces, tanto nacional como internacional, y no sólo eso, sino que además se dará a conocer cómo esta sección fungió como hacedora y promotora de nuevos talentos.

4.1 Secciones de espectáculos paralelas a *El Heraldo de los Espectáculos*

Al revisar algunos diarios que se publicaban al momento de surgir *El Heraldo de México*, se encontró que para el día 9 de noviembre de 1965, primer día en el mercado del rotativo encabezado por Gabriel Alarcón, ya existían secciones de espectáculos dentro de otros periódicos tales como: *Esto*, *El Universal*, *Excelsior* y *Ovaciones*; de esta manera comenzaremos a hablar de ellas.

Esto

Esto, de José García Valseca, surge en septiembre de 1941 con el objetivo de ser un instrumento de diversión y esparcimiento para el público en general, dedicado a dar a conocer información referente a los deportes y los espectáculos. Para noviembre de 1965, año en que nace *El Heraldo de México*, el periódico *Esto* quizás contaba con la sección de espectáculos más consolidada dentro del periodismo mexicano, pues para este año dicha publicación estaba conformada por 16 páginas dedicadas al mundo de la farándula, mismas que eran publicadas seis veces a la semana, de martes a domingo, pues como se sabe los fines de semana se daban muchos encuentros deportivos y éstos tenían que ser cubiertos por *Esto*.

Dentro del espacio dedicado a los espectáculos en el diario *Esto*, para noviembre de 1965 se presentaban foto reportajes de algunos acontecimientos del mundo de la farándula; en su mayoría se dedicaba a las estrellas del cine nacional e internacional (Hollywood) y en algunos casos se hablaba de los escenarios teatrales.

Antonio Godoy Checa indica, en Historia de la Prensa Iberoamericana, que con la creación del diario deportivo *Esto*, “a la sombra del gobierno de Manuel Ávila Camacho se inicia la configuración de esta red –la cadena García Valseca–, que crea o adquiere diarios de talante muy conservador, aunque muy respetuosos también para con el partido en el poder, el PRI, y técnica y profesionalmente renovadores”.¹ El *Esto* forma parte de la Organización Periodística García Valseca², creada en la década de los 40, con un equipo que constaba de dos prensas dúplex, tres linotipos algunas cajas de tipo movable, se consolidó en los 60's, pues para estas fechas más de 30 diarios salían bajo su sello, además de que contaba con el más sofisticado equipo de impresión que existía en esta época.

Ovaciones

Ovaciones era otro de los diarios, de la misma época, que contaban con sección de espectáculos, esta era publicada en la segunda edición de dicho rotativo. Hacia principios de los 60's surge *Ovaciones Segunda Edición*, de acuerdo con Fidel Ramos Ramos en su tesina dedicada al reportero de espectáculos en *El Universal Gráfico*; señala una revolución en el periodismo vespertino, pues se da prioridad a la información deportiva, policíaca y de espectáculos, en medio de un periodismo saturado de información política e internacional. Ello propicia que “a partir de esa fecha, las secciones de espectáculos despiertan el interés del público, pero son rebasadas, años después por la nota roja, la nota policíaca llegaba al trono de los periódicos vespertinos. Pero aún así, nombres como Pedro Infante, Jorge Negrete, Mario Moreno ‘Cantinflas’, Sara García,

¹ Antonio Checa Godoy. *Historia de la prensa Iberoamericana*, p. 432.

² Dicha cadena actualmente publica 40 diarios entre los que se encuentran *Esto*, *Sol de México*, *Sol de Mediodía*, *La Prensa*, *Marcador* y toda la cadena de los soles; por su parte, ABC radio, canal 12 de Durango y Cartonera Poderosa forman parte de la Organización Editorial Mexicana, propiedad de la familia García Valseca.

Libertad Lamarque, Frank Sinatra, Humphrey Bogart y más, llenaron páginas de información sobre sus hábitos, costumbres, amores, fracasos, sin dejar a un lado sus escándalos".³

Al salir a la venta *Ovaciones* segunda edición, diario dirigido por Fernando González, constaba de 4 páginas; la primera presenta información general, la segunda, cultura y entretenimiento (chistes, horóscopos, crucigrama), la tercera espectáculos, y dentro de la cuarta la nota roja. Para noviembre de 1965 dicho vespertino llegó a 8 páginas, de igual manera, la sección de espectáculos aumentó de una a dos páginas. Al igual que *Esto*, contaba con fotorreportajes de lo más destacado de las estrellas del cine. La página dedicada al mundo de la farándula contaba con información relacionada a la creciente industria de la televisión y la decadente industria del cine nacional.

Ovaciones Segunda Edición publicaba en estas fechas notas informativas relacionadas con la cinematografía extranjera que provenían de agencias tales como AFP, ANSA y UPI. Las noticias que tenían que ver con la pantalla chica y con el cine nacional, no se acreditaban a nadie. Además contaba con una columna que dedicada al mundo de los espectáculos, se titulaba "Escándalo S.A.", misma que abordaba temas relacionados con el cine y la televisión, la cual aparecía sin firma.

Además la sección de espectáculos de dicho rotativo contaba con pequeños anuncios publicitarios de empresas no muy conocidas, tales como Pasteles Tinoco, Auto mecánica Ibarra, Fonda Los Chiquihuitos, Pizza Verona y Restoran Bar La Roca, siendo este último el único que presentaba imágenes, mismas que eran referentes a los cantantes que se

³ Fidel Pablo Ramos Ramos. *El reportero de espectáculos en el Universal Gráfico*. Tesina.

presentaban en este sitio y que no eran conocidos, pero que se daban a conocer.

Por su parte, los diarios más antiguos de la capital, *El Universal* dirigido en esa época por Miguel Lanz Duret V.; y *Excelsior* encabezado en esos años por Manuel Becerra Acosta, que eran periódicos de circulación nacional y eran los más importantes de los 60`s, sólo dedicaban dos páginas a la sección de espectáculos.

Excélsior

Excélsior, dentro de su estructura general, sólo estaba integrado por dos secciones, la primera se dividía a su vez en tres sub secciones, en ellas se presentaba información general, deportes y el aviso de ocasión entre otros temas; la segunda sección era dedicada principalmente a la información de sociales y literatura, en ella se daba a conocer notas y artículos de dichos temas, además presentaba en sus últimas dos páginas notas referentes a los espectáculos, éstas eran concernientes al cine nacional y de Hollywood, teatro, radio y televisión.

Dentro de este periódico se presentaban en promedio 18 notas, divididas en dos páginas, dedicadas al mundo del entretenimiento. Siendo temas principales los acontecidos en el cine (nacional e internacional), televisión y radio. Estas notas estaban divididas en las secciones "Cinematografía" y "Radio y Televisión"; en la última se publicaba una columna titulada "Radioactividades", misma que contaba con imágenes pequeñas que ilustraban las notas rápidas de las que se hablaba. De acuerdo a la información publicada en este espacio, no se sabe quién estaba a cargo de las secciones o por lo menos no se hacía referencia del encargado en ellas.

Las imágenes fotográficas presentadas en esta sección del diario hacían referencia a alguna escena de una película o a alguna estrella del medio de la farándula, generalmente estas placas se publicaban sólo con un pie de foto; eran pocas las fotografías que acompañaban a las notas informativas.

Con respecto a la publicidad existente en la sección de espectáculos de *Excélsior*, eran series de radio y televisión las que proliferaban en este campo, pues programas como "Dimensión Desconocida" (de canal 5), "La Ruta del Sol" (de canal 4), "Karina Lavalle" (de canal 2) y "Hotel Shangai" (XEW) eran anunciadas en dicha sección.

El Universal

El Universal, por su parte, en enero de 1965 contaba con 48 páginas aproximadamente, divididas en tres secciones, publicaba en la segunda de ellas la información correspondiente al mundo de la farándula en un espacio conformado también por sólo dos páginas.

Las páginas que *El Universal* dedicaba a los espectáculos tenían para aquel entonces un promedio de 6 notas informativas (en cada una) relacionados con el mundo del cine, tanto nacional como internacional, la televisión y la música. Además de contar con columnas de opinión y notas rápidas, dentro de la primera categoría encontramos la titulada "Nuestro Cinema" firmada por el Duende Fílmico; y en las de notas rápidas: "En Secreto" por José Carlos Barbert (que trata de cine), "Cine Falshes" por Agib Jalil Ben-Jace, y "Desde las Diablas" por José Hugo Cardona.

En cuanto a las imágenes fotográficas, *El Universal* en promedio publicaba tres fotografías, ya fuera que las fotos dieran una información independiente o que acompañaban a alguna de estas notas.

En cuanto a los anuncios publicitarios que aparecían dentro de esta sección eran pocos, sólo Philips y Calzado Andrew se anunciaban para este entonces. Los diferentes canales de televisión (canal 11, y los canales 2, 4 y 5, además de Televisión Tapatía) anunciaban su programación.

Así pues, podemos encontrar que los espacios dedicados a los espectáculos en los diarios *Esto*, *El Universal*, *Ovaciones Segunda Edición* y *Excélsior* mostraban información referente al mundo de los espectáculos, sin contener lo que *El Herald de México* incluyó al momento de su aparición; *Esto* sólo trataba temas relacionados con la cinematografía y en algunos casos con el teatro; *El Universal* tocaba temas de cine, televisión y música; *Excélsior*, cine, radio y TV; y *Ovaciones* en su segunda edición abordaba acontecimientos relacionados con la televisión y el cine. Es de esta manera que la sección de espectáculos de *El Herald de México*, dividida en "TV-Radio y Discos" y "Cine y Teatro" era la única que abordaba en esa época los cinco temas. Por lo que podríamos decir que es por ello que el diario comandado por Gabriel Alarcón Chargoy es el primero en tratar de llevar dentro de sus páginas la primera sección sería dedicada al mundo de los espectáculos.

Entre las similitudes encontradas en estos diarios se destaca que tanto la sección de espectáculos de *El Herald de México* así como la de *Esto*, *El Universal* y *Excélsior*, llenaban sus páginas con información referente al cine nacional e internacional, teatro, música y televisión. *Esto* a través de notas informativas (ya sea de reporteros propios o agencias), columnas, crónicas o por medio del fotoperiodismo, siendo en la sección de espectáculos del

rotativo de la Cadena García Valseca donde aparece esta forma de informar por primera vez, mientras que en la publicación de Alarcón Chargoy toma impulso con algunos fotorreportajes dedicados al cine nacional, puesto que gracias a esta sección se da un mayor énfasis al fotoperiodismo, mismo que se gana un lugar dentro de la sección de espectáculos.

4.2 Caracterización de El Heraldo de los Espectáculos

Desde su aparición la sección de espectáculos de *El Heraldo de México*, tuvo un único objetivo, "incrementar, en un máximo y constante despliegue de sus posibilidades, el desarrollo del colorido campo que es ese mundillo de actividades escénicas",⁴ Lo anterior se llevó a cabo por medio de las notas informativas, que en su mayoría no eran firmadas, así como con los diversos artículos y columnas, estos sí se encontraban firmados en el 90% de los casos, siendo estos tres géneros periodísticos los predominantes dentro de la sección: crónica, nota informativa y entrevista. Provocando con ello una constante evolución dentro de la misma y que se puede observar en los números correspondientes a los primeros cinco años de la publicación.

Durante los primeros números de *El Heraldo de México*, encontramos que los espacios dedicados a los espectáculos no eran mayores a dos páginas, una dedicada a "TV-Radio y Discos" y otra dedicada a "Cine y Teatro", durante su primer semana de vida estos espacios no ocuparon un lugar en específico; unos días se encontraba en la sección C, otros en la D, y uno más en la sección A.

⁴ "Barómetro de entretenimiento y talentos", *El Heraldo de México, Sección de Aniversario, Año X, número 3601, Pág. 4.*

En ambas páginas las imágenes fotográficas jugaban un papel de suma importancia dentro de la sección, aunque rara vez llevaban crédito, lo anterior sucedía en el caso de tratarse de fotografías provenientes de las diversas agencias informativas. Al pasar del tiempo dicho espacio dedicado al mundo de la farándula podía ser encontrado con mayor regularidad dentro de las últimas páginas de la sección D; en la primera plana o en caso contrario, en la última plana de "El Heraldito de los Espectáculos", nombre que reciben en conjunto "TV-Radio y Discos" y "Cine y Teatro", eran publicadas fotos a todo color; aunque esto sucedía de manera más común en el Suplemento de Espectáculos, el cual se publicaba domingo tras domingo.

Al revisar diversos números de aniversario de "El Heraldito de los Espectáculos", pudimos identificar a algunos de los periodistas participantes en la sección de espectáculos durante el periodo que comprende los primeros cinco años, ellos son Guillermo Vázquez Villalobos (con su columna *Qué, quién, cómo, dónde...*), Raúl Velasco (y *La columna de Raúl Velasco*), El Pájaro Madrugador (*Jaula electrónica*), además de los reporteros Reynaldo Zúñiga, Rubén Torres, Raúl Trejo, Juan Tovar, Mauricio Peña, Ernesto de la Rosa, entre otros.

Sin limitarse a ser simples espectadores de los acontecimientos que día tras día ocurren dentro del mundo del entretenimiento, la sección de espectáculos del periódico propiedad de Gabriel Alarcón (quien en 1938 se asociara con William O. Jenkins para construir el cine Reforma, el primero de la Cadena Oro), se dio a la tarea de participar activamente en la vida de los espectáculos artísticos de México y el mundo.

El mundo de la cinematografía nacional y mundial fue de gran importancia desde sus orígenes para la sección, esto se observa por el gran despliegue que se realiza para cubrir diversos eventos de tal ámbito

como las Reseñas de Acapulco, las ceremonias de los "Oscar" en Hollywood, y las filmaciones de largometrajes mexicanos fuera de nuestro territorio.

Cabe mencionar que *El Herald de México* fue el primer periódico en enviar a dos reporteros (Guillermo Vázquez Villalobos y Mario Castellón Bracho) y a un fotógrafo (Eduardo Quiroz) a Hollywood para informar detalladamente sobre la entrega del trofeo más codiciado del cine mundial, y también fue el primer rotativo mexicano que publicó esa entrega a todo color y con detalles exactos de la ceremonia.

De esta manera observamos –al revisar diversos ejemplares dentro de los primeros cinco años de vida del diario- que dicha sección junto con el Suplemento Dominical de Espectáculos apoyaron de manera abierta realizaciones del cine nacional, tal es el caso de la cinta titulada "Los Caifanes", misma que en 1967 se convirtiera en un gran éxito de taquilla. "Los Adolescentes" del director Abel Salazar, fue otro de los films mexicanos que durante los primeros dos años de existencia el matutino promocionara en sus páginas.

La cobertura que dicha sección de espectáculos realizaba a rodajes de largometrajes mexicanos en el exterior se puede observar más claramente durante 1966, año en que se llevaron a cabo 46 filmaciones de este tipo, de ellas *El Herald de los Espectáculos*, estuvo en las realizaciones de las cintas "Pasión Oculta", "Conspiración Bikini", "Pedro Páramo", "Adiós Cuñado", "Como Atrapar Marido" y "Domingo Salvaje" entre otras

El apoyo que recibe el cine, tanto nacional como internacional, llevado a través de la sección de espectáculos de *El Herald de México*, se ve ligeramente agradecido en sus primeros aniversarios, por parte de las

principales compañías productoras y distribuidoras mexicanas y extranjeras, al tapizar de felicitaciones la dicha sección; al revisar números de aniversario podemos encontrar felicitaciones de compañías como *United Artists*, *Metro Goldwyn Meyer*, *Clasa Films Mundiales*, *Películas Nacionales*, *Filmadora Panamericana*, *Ardeant Films*, *Sagitario Films*, entre otras.

Con Raúl Velasco, A. Catani, Víctor Labra Blanco y Miguel Jiménez como pioneros, en dicha sección no sólo se informaba de ceremonias color de rosa sino que también se dio a la tarea de denunciar errores de funcionarios, líderes e industriales, "tratando de servir así a los intereses del cine mexicano" que como recordamos desde principios de la década de los 60 iba en declive.

4.2.1 TV-Radio y Discos

El espacio "TV-Radio y Discos", a cargo del periodista Raúl Velasco, estaba integrado por noticias relevantes del mundo de la televisión, el radio y del mercado discográfico. Los géneros periodísticos más utilizados aquí eran las columnas de opinión y notas rápidas; la nota informativa y las entrevistas, el último género en ocasiones se unía al de la nota informativa para dar una información más completa al lector., pues varias notas se basaban en entrevistas para obtener información.

En febrero de 1966 la presentación de esta sección cambió de formato. Después de meses de sólo llevar un título compuesto por letras que llevaban el nombre de la sección, mismas que estaban enmarcadas por estrellitas, ahora la nueva composición muestra una preferencia por el mundo de la televisión ante el crecimiento de esta industria.

El nuevo formato del título de “TV Radio y Discos” estaba compuesto por dos tonalidades de gris, de éstas se formaban dos marcos, que asemejaban una televisión, el centro de los marcos, que sería la pantalla de TV, es el que da alojamiento a las siglas TV; por su parte, las palabras “Radio y Discos” fueron escritas afuera del aparato receptor, sobre un fondo gris, sin ninguna distinción. Al mencionar que las preferencias de la sección “TV Radio y Discos” se inclinaban más por el primer medio, no sólo es por el hecho del nuevo formato de su presentación sino por las notas presentadas dentro de esta sección, pues la mayor parte de la información era referente al mundo de la televisión, seguido por el de los discos y, muy atrás, por el del radio del cual casi no se publicaban notas.

Para este año ya se presentaban grandes adelantos tecnológicos dentro de la televisión, por ejemplo: se realizaron transmisiones de eventos deportivos vía satélite desde diferentes lugares de la República Mexicana y desde otros países del mundo, como la pelea de Vicente Saldivar desde Londres. Además de que la televisión a color ya daba signos de vida y se esperaba con gran ansia para realizar las transmisiones de los Juegos Olímpicos de 1968.

Dentro de esta sección se reflejaba el éxito que tenía la televisión gracias a la aceptación del público. Esta conquista del auditorio trajo consigo un nuevo albergue para los estudios y las oficinas de Telesistema Mexicano, que en esa época se asoció a la cadena de televisión ABC, para producir todo el material televisivo de exportación. La aceptación de la televisión en México hizo que las televisoras estadounidenses ABC, CBS Y NBC estrenaran en nuestro país sus series casi al mismo tiempo que en Estados Unidos.

En cuanto al mundo de los discos, este veía reflejado su éxito en las tocaditas que la radio realizaba de las diferentes canciones de la época, en donde el *rock and roll* acaparaba la atención de los jóvenes desbancando al bolero.

Cabe destacar que muchas de las notas periodísticas, de esta sección, no estaban firmadas; durante la revisión de la misma, durante su primera semana de existencia, sólo se encontraron las firmas Miguel Jiménez y Alberto Arrambide, este último fungió como corresponsal del diario en el extranjero, es por ello que también se hacía llamar el "corresponsal viajero".

Al surgimiento de *El Heraldo de México* las imágenes fotográficas corrían la misma suerte que las notas informativas, pues en la mayoría de los casos no se daba a conocer el nombre del autor, sólo su respectivo pie de foto, siendo el fotógrafo A. Esparza es el único que aparece con crédito en una de sus fotografías.

Por su parte, las notas informativas y las columnas publicadas dentro de esta parte del diario, además de hablar del trabajo y los éxitos logrados más recientemente por los famosos, humanizan a las estrellas del mundo del disco y la televisión.

Ejemplo de ello es la nota que aparece en la página de "TV-Radio y Discos" del 12 de noviembre de 1965, en donde se presenta una entrevista a Andrés Soler, en donde se habla de su vida sentimental. Aquí el actor hace referencia a que jamás se ha casado por motivos de trabajo, pues como cualquier hombre terrenal debe de trabajar para poder llevar una vida placentera, además se muestra interesado por los problemas en los cuales se encuentra la juventud de la época.

En la entrevista titulada “Andrés Soler no se ha Casado Porque ha Estado muy Ocupado” podemos observar claramente como los actores del cine pasan a formar parte de la pantalla chica, ello debido a la crisis que en la década de los sesenta vive el cine nacional, aunque las declaraciones del actor éste quiera reconocer dicha situación.

Comía precipitadamente en el restaurante de Televisión. La sopa de verdura le había sido servida cuando platicó para nosotros. Es Don Andrés Soler, el veterano actor, quien en la vida real representa un personaje como cualquiera en sus películas.

Su carácter es franco, su vitalidad asombrosa y fino su sentido del humor. Mientras saboreaba chicharrón en mole verde nos dijo: El hombre se casa cuando no tiene algo importante que hacer y como siempre yo he estado muy ocupado...

...De la juventud no es mucho lo que puedo decir –prosiguió- pero creo que está un poco desquiciada, ese desquiciamiento es producto de la época llena de angustias, temores y esperanzas...

...Se habla mucho de la crisis de la cinematografía pero a mí me ha afectado poco y he seguido filmando casi ininterrumpidamente. Encarno a Don Andrés Quintana Roo en el episodio de Morelos que se está filmando, y el 22 de noviembre comenzaremos el rodaje de ‘La Voz del Cielo’ con Irma Dorantes y Álvaro Zermeño.

“TV-Radio y Discos” también era utilizada como plataforma para los lanzamientos musicales de las distintas compañías discográficas de aquel entonces. Un caso muy particular lo encontramos en la edición del 12 de noviembre del 65, día en que se anuncia con gran algarabía ‘la nueva y juvenil voz femenina de la RCA Víctor’, Patricia, en la nota titulada “Patricia, Nueva Personalidad Juvenil del Mundo del Disco”, ello como si se tratase de una estrella de talla internacional.

La más novel y juvenil voz femenina de la RCA Víctor, es la de la encantadora chiquilla que hizo su debut al lado del Loco Valdés en su programa ‘Operación Ja.Ja’ que se televisa diariamente...

...Patricia fue descubierta por Paco de la Barrera, director artístico de RCA, a principios del año pasado, pero siempre había tropezado con dificultades para los estudios de Patricia.

El próximo 23 de noviembre arribará a nuestra capital para presentarse en una serie de 10 programas con 'El Loco', y en diciembre vendrá a radicar definitivamente en México.

La sección daba espacio a los jóvenes, sedientos de fama y fortuna, pero también brindaba espacios a los niños, ello gracias a un programa titulado "Estrellas Infantiles", el cual de acuerdo a la revista de espectáculos *Teleguía* se encontraba dentro de los 10 programas favoritos de la televisión –esta evaluación de daba por medio de los votos recibidos de parte de los lectores para elegir los programas más vistos por las familias que leían la revista-.

"Estrellas Infantiles"⁵ recibió críticas por parte de *El Heraldo de México*, pues en el artículo titulado "Estrellas Infantiles, Las Ansías de Gloria de los Papás de los Niños", se decía que realmente eran los padres los que querían ver su sueño hecho realidad en sus propios hijos –ya que ellos jamás lograron alcanzar la fama y fortuna-, pues un niño prodigio los llevaría a tener carro en la puerta con todo y chofer, así como una enorme mansión.

Gracias a este tipo de concursos que pretendía fomentar el talento artístico de los pequeños para así formar futuras estrellas se dejaba ver, tras bambalinas, la desesperación de los padres por querer colocar a sus pequeños en el firmamento como lo subraya "Estrellas Infantiles, Las Ansías de Gloria de los Papás de los Niños".

Así, mientras un niño actúa frente a las cámaras con gran naturalidad cautivando al televidente con su candor y con su arte puro, detrás de las cámaras se presenta otro espectáculo que no llega a los hogares:

⁵ Formato retomara en la década de los ochenta el propio Raúl Velasco con el nombre de "Juguemos a Jugar Cantando", del cual salieran estrellas como Lucero, Thalía, Paty Manterola y Pilar Montenegro entre otros, mismo que se retomara en 2003 bajo la batuta de Rosy Ocampo, directora de Televisa Niños, con el nombre de "Operación Triunfo"-

*Tu eres la mejor de todas -le decía una mamá a su niña mientras le arreglaba el chino y le planchaba una arruga del trajecito de tehuana-
tienes que hacerlo muy bien porque tu abuelita va a estar vientote en
casa...*

*¡Y si las cosas no suceden en los ensayos! El maestro Carlos Oropeza tiene la
paciencia del Santo Job, pero no por los problemas que representan los
niños sino por las exigencias de los papás.*

*-¡Pero maestro...mi hija canta en fa y usted la acompaña en Sol! ¡Va a
llevarla al fracaso!- decía una dama.*

En cuanto a las columnas que esta sección presentaba, encontramos la titulada "Estudio H", misma que en un inicio no se publicaba firmada, en ella se escribía de algunos acontecimientos sucedidos dentro del ámbito de la televisión mexicana; tiempo después el periodista David Cruz Molina comenzó a firmar esta columna.

El día 10 de noviembre de 1965, dentro de la misma columna, David Cruz Molina informaba acerca de la televisión de circuito cerrado instalado en el aeropuerto internacional de la ciudad de México, he aquí un pequeño fragmento:

*El representante del ingeniero JOSE ANTONIO PADILLA SEGURA, Secretario de
Comunicaciones y Transporte, el Ingeniero EUGENIO MENDEZ DOCURRO
inauguró ayer a las 12 horas un moderno sistema de televisión de circuito
cerrado que fue instalado en el edificio central del Aeropuerto Internacional
de esta ciudad...EN las diferentes salas de espera del aeropuerto, han sido
instaladas las pantallas de televisión, por medio de las cuales, se transmite la
salida y llegada de todas las líneas aéreas, y permite a los parientes y amigos
de los viajeros observar detalladamente la partida y el retorno...*

Dos días después el periodista hacía referencia a los preparativos que RCA, como compañía discográfica, realizaba para las olimpiadas de México 68:

*PARA colaborar ampliamente en la promoción de México con miras a los
Juegos Olímpicos que se celebraran en nuestra capital en 1968, la
grabadora RCA Víctor lanzará al mercado música y canciones mexicanas a
través de 27 casas grabadoras que tiene en todo el mundo, según
manifiesta el señor LOUIS COUTTOLENC, presidente de la mencionada*

compañía grabadora en México...Se harán también grabaciones para la televisión que posteriormente serán transmitidas en los países de habla hispana y en algunas ciudades de Europa...Este plan se lanzará los días 10, 11, 12 y 13 de enero próximo, en una convención que se hará en México y a la que asistirán representantes de las 27 grabadoras de Víctor...

Por su parte Víctor Manuel Labra en su columna "Órbita Musical", hablaba acerca de los éxitos, fracasos, y alguna que otra curiosidad de intérpretes extranjeros y nacionales, siendo los Beatles y Rolling Stones, quienes ocupaban mayor espacio dentro de las líneas escritas por el periodista Labra.

Este es un fragmento de la columna del periodista Víctor Manuel Labra correspondiente a la edición del 11 de noviembre de 1965:

HIT PARADE MEXICANO- Sigue predominando la nueva ola en el gusto de musical en México. seis de los diez primeros lugares están en manos de los grupos de rock favoritos de nuestra juventud y sólo números de talla de "La Mentira" de PEPE JARA y "Triunfamos" de LOS PANCHOS, logran escapar a la invasión rocanrolera y destacar dignamente dentro del maremagno de melodías que se disputan los primeros lugares de la popularidad nacional...

Dos días después el autor de la columna "Órbita Musical" hacía referencia acerca del nerviosismo del cantante juvenil César Costa antes de presentar un examen en la Facultad de Derecho, con lo cual se humaniza y desmitifica la imagen del cantante ante el público, volviéndolo terrenal como cualquier otro joven de su edad:

Ayer en la mañana nos encontramos a CESAR COSTA en los corredores de la Facultad de Derecho, allá en C.U. El ídolo de nuestras quinceañeras temblaba de pies a cabeza y realmente no era para menos. César esperaba ansiosamente que lo llamara el profesor para sustentar su examen final de Derecho Internacional Público. Este artista ha procurado siempre ser un buen ejemplo para la juventud que lo admira y compra sus discos, logrando combinar, no sin grandes problemas. Su carrera artística con la de Licenciado en Derecho...

Cabe destacar que el espacio titulado "TV-Radio y Discos" no presentó modificación alguna al pasar los meses; para febrero de 1966 su espacio era el mismo.

Otro espacio informativo que aparece dentro de la misma sección es el "Noticiero CBS", columna de notas informativas breves sobre las estrellas de dicha compañía discográfica; la columna sirvió para la empresa como un trampolín para promocionar a sus artistas y los discos de los artistas, pues dentro de la columna siempre se habla muy bien de ellos, jamás de habla de sus fracasos, siempre se pone en alto el nombre de los cantantes tras sus actividades realizadas o por realizar, aunque sean mínimas. "Noticiero CBS" también presenta la lista de popularidad musical, es decir, publica las canciones más sonadas en la radio, claro esta, las canciones de los cantantes más escuchados por el público radiofónico, siempre y cuando pertenezcan a su sello discográfico. No sólo eso, sino que además dan a conocer los discos más vendidos de la semana, aunque esta lista también es exclusiva de CBS.

A escasos días de que CBS publicitara a sus artistas por medio de una columna publicada en "TV Radio y Discos", RCA hizo lo mismo, pero ésta última no sólo busco una mayor difusión de sus cantantes por medio de su columna sino que poco tiempo después utilizó el medio de la publicidad para anunciar sus nuevos productos, podría decirse que se trataba de columnas pagadas por las propias casas discográficas. Cabe destacar que la única disquera que hasta entonces se había anunciado en *El Heraldo de México* era Musat, a la cual se le otorgó un "Premio Heraldo" durante la primera emisión de dichos reconocimientos.

4.2.2 Cine y Teatro

El 9 de noviembre de 1965 la sección dedicada al cine y teatro nacional constaba de una página, igual que "TV-Radio y Discos", también estaba a cargo del periodista guanajuatense Raúl Velasco y en un principio tampoco tenía un lugar en específico dentro de la publicación, solía cambiar de lugar día tras día.

Al estar revisando los primeros días de existencia de la sección "Cine y Teatro" de *El Heraldo de México*, pudimos observar que aquí se hacía hincapié en presentar información relacionada con la industria cinematográfica, tanto nacional como internacional, pues de 24 notas presentada en una semana sólo 4 están dedicadas al teatro.

La información presentada en este espacio era dada a conocer por medio de la nota informativa y la columna. Las notas informativas y entrevistas relacionadas con el mundo del cine reflejaban la situación que en aquel entonces se encontraba el cine, tanto nacional como internacional. En la columna "La Semana en Hollywood" sin autor, se trataba acontecimientos relacionados con la meca del cine, estrenos, próximas filmaciones, etc.

Por medio de la información presentada en esta sección encabezada por el periodista Raúl Velasco, observamos de manera clara la situación que vivía el cine nacional, pues se hace referencia a la decadencia de la cinematografía mexicana, así como a la desesperación por querer descubrir nuevos talentos para darle un aire de renovación y frescura a la pantalla grande, todo ello para poder competir con la meca del cine la cual tomaba mayor fuerza todos los días sin hacer ningún alto

Al revisar la primera semana de vida de la sección de espectáculos de *El Heraldo de México*, encontramos que en el espacio dedicado al cine y teatro se exalta a las estrellas de la cinematografía nacional e internacional, al grado de mitificar su trabajo y personalidad; en ningún momento se habla de los errores cometidos por los entonces ídolos de la época, y mucho menos se tratan notas amarillistas como con las que en la actualidad se llenan las planas de las revistas y secciones dedicadas a tratar el mundo de la farándula. De igual manera “El Heraldo de los Espectáculos” se dedicaba más bien a resaltar el trabajo realizado por los actores, así como para hablar de los triunfos y proyectos a futuro, sin dejar pasar la oportunidad de reflejar en las entrevistas, crónicas o notas informativas algunas de las virtudes, tanto físicas como sentimentales, de las estrellas.

“Cine y teatro”, sección a cargo del periodista Raúl Velasco, en su primer edición publica una entrevista con una de las divas de la Época de Oro del Cine Mexicano, María Félix. En dicho trabajo periodístico, que por cierto no cuenta con la firma de periodista alguno, se exalta la belleza de la actriz y su gusto por la decoración que reflejaba en aquel entonces su casa ubicada en Polanco entre otras cosas.

Conociendo la personalidad que mostraba ante el público la protagonista de “Doña Bárbara”, el periodista destaca en María Félix la imagen de la mujer liberal, una mujer inteligente que puede pensar y opinar sobre cualquier tema, capaz de cumplir sus sueños y obtener lo que desee en el momento en que quiera; misma que representaba lo contrario de la mujer de antaño: abnegada, dedicada a su familia, esposo y cocina.

Aunque para atraer al lector para que leyera dicha entrevista no bastaron las dos fotografías en donde Félix posa para la cámara mostrándose segura de sí misma, sino que se utilizó una cabeza un tanto escandalosa y llamativa: "Para rejuvenecer, María no duerme en Suiza", y es que no es que quien fuera esposa de Jorge Negrete no cumpliera una de las necesidades básicas del humano, o sea el dormir, para poderse mantener joven y bella, sino que en estos años mucho se decía que 'La Doña' asistía a una clínica de Suiza en donde la inyectaban para poderla mantener dormida por un mes completo; el caso es que de acuerdo a la actriz era todo lo contrario, pues le faltaban horas de sueño aunque a pesar de ello se sentía una mujer llena de vitalidad.

He aquí un fragmento de la entrevista a María Félix:

Cada vez que María Félix va a Europa de vacaciones -por lo regular cada año- la gente dice que va a tomar una cura de reposo en un sanatorio de Suiza, que la tienen dormida un mes y que a eso se debe su belleza permanente, su cutis de terciopelo, su cabellera brillante y ese vigor incomparable, contagioso, o de que hace gala 'La Doña'.

"La gente siempre me manda a dormir a Suiza -dice María-, pero no saben que desde que me case con Alex tengo el sueño atrasado..."

Charlamos con María en su residencia de Polanco. Los retratos que le han hecho Leonora Carrington, Leonor Finney, Cocteau, Stanislao Lepri, etc., eran testigo de nuestra conversación, al igual que su valiosa colección de porcelanas Jacob Petitt (1830).

-¿A que se debe su vitalidad?

-Mire -dijo adoptando una de sus actitudes características-: yo creo que lo que se lleva adentro sale a flote: el pelo, el diente limpio, la oreja brillante. Yo tengo las mismas medidas de cuando tenía 18 años -agregó palmándose la cintura-, y todo se debe a mi disciplina mental...

...Lo que hacen los demás de la cintura para abajo no me interesa. Es mas interesante lo que hacen de la cintura para arriba. Todo lo que se refiere al aspecto intelectual y emotivo de las gentes es interesante.

Dos días después, dentro de la misma sección se presenta un reportaje sobre las jóvenes actrices de origen español Pili y Mili. Aquí se destaca como un día de suerte dos hermanas llenas de vitalidad, hermosura y carisma logran alcanzar en tan poco tiempo la fama y la fortuna que toda

estrella del medio de la farándula posee. Además de hacer una mención de su película, "Dos Chicas Locas, Locas" próxima a estrenarse.

De acuerdo al reportaje, que tampoco llevaba firma, estas jóvenes actrices iban por la calle hacía la escuela cuando de pronto un productor de televisión italiana quedó impactado por la belleza y similitud de Pili y Mili, hecho que les valió el comienzo de su carrera artística. Asimismo se destaca el hecho de que en tan poco tiempo de trayectoria actoral las gemelas han logrado fama y fortuna.

Pili y Mili eran dos chicas sencillas, pero de pronto les llovieron contratos, viajes, conferencias de prensa, portadas de las grandes revistas, etc. y todo esto por tres películas que han realizado hasta ahora y una más que está en rodaje...

...Un día hace dos años y medio Pili y Mili, que ya despertaban curiosidad entre las gentes por su enorme parecido, fueron abordadas en la calle, cuando se dirigían al colegio, por un italiano que se encontraba casualmente en España. Resultó que aquel señor tan amable era el jefe de programación de la televisión italiana.

Resultado: una invitación para ir a Italia y actuar ante la pantalla de la RAI. ¡Cómo un simple azar puede conducir al triunfo!

De acuerdo a *El Herald de México*, y en particular con la sección de "Cine y Teatro", no todos los artistas triunfaban de la noche a la mañana, no todos corrían con la suerte con la que corrieron las gemelas Pili y Mili; otros como Carlos Cortés tenían que pasar mil y un aventura para poder lograr un lugar dentro del mundo del cine nacional, y ello fue un elemento clave que se utilizó el 13 de noviembre de 1965 para poder lograr una cabeza llamativa: "Carlos Cortés robó para aventurar en los EE.UU.", misma que seguramente incitó al lector a leer la entrevista.

Es un joven de 26 años que a través de muchas etapas de su vida pudo encontrar la actividad que satisface sus inquietudes. En su infancia vivió momentos que han quedado en su memoria, asimismo su adolescencia le dejó recuerdos inolvidables y en su juventud experiencias que ha sabido aprovechar en sus actuales años de vida.

Muy a pesar de que lanzaban jóvenes promesas dentro del mundo de la actuación cinematográfica, los actores de antaño seguían vigentes, y ellos, con tantos años de experiencia en el medio, tenían muy en claro que la situación del cine nacional no estaba en muy buenas condiciones como en décadas pasadas, dicha preocupación se ve reflejada en la página dedicada al mundo del celuloide, como en el caso del actor José Elías Moreno, que después de vivir una época de gran éxito en la cinematografía nacional, veía un panorama desolador en este rubro, muy a pesar de que era alguien reconocido por diferentes sectores del auditorio, aun por los niños, a los cuales él adoraba. La adoración y cariño hacía los niños así como el reconocimiento por parte de los pequeños hacia el actor fueron motivo principal para presentar una entrevista al Elías Moreno con el título: "El Santa Clous del Cine Adora a los Niños en la vida Real".

Adoro a los niños. Quisiera trabajar para ellos siempre, porque haciendo películas para niños también trabajo para los grandes; en cambio las películas para mayores no pueden ser para niño...

...Por cierto, pienso llevar a la pantalla grande un personaje inspirado en mi padre: un hombre que leía cuentos fantásticos, los memorizaba y luego los relataba como aventuras propias. Tengo ya varias historias de ese personaje. José Elías Moreno ha pensado que sólo produciendo sus propias películas podrá llevar a la pantalla grande temas totalmente blancos, historias exclusivas para niños a los que quiere, e, incluso, hacer un buen cine.

En breve- nos anuncia- iniciaré "Una Noche Bajo la Tormenta", película que produce en sociedad con Rosalío Solana. En esta cinta cuyo argumento y adaptación son míos, la haré de "hombre orquesta", ya que además de actuar la dirección estará a mi cargo. No lo hago por suficiencia, sino por economía.

Referente a las columnas que aquí aparecían, en "La Semana en Hollywood" se trataron temas referentes a las filmaciones de películas que se realizaban en aquel entonces en la meca del cine y, como su nombre lo indica, sólo aparecía una vez por semana. He aquí lo publicado el 9 de noviembre de 1965:

La semana ha comenzado bastante movida con 7 nuevas películas en filmación. Cuatro de ellas se filman en Hollywood y las tres restantes en distintas partes del mundo. Quizás la más importante de todas es "Torn Curtain" (Cortina Rota), que Alfred Hitchcock produce y dirige en los estudios de la Universal. El reparto es encabezado por dos primerísimas figuras: Paul Newman y la encantadora actriz inglesa Julie Andrews, ganadora del Oscar por su actuación en "Mary Poppins". Por cierto que la última película estrenada de Julie "La Novicia Rebelde" (The Sound of Music) ocupa el primer lugar en taquilla en los Estados Unidos desde hace 35 semanas.

En "La Columna", de Raúl Velasco, se trataban temas referentes al cine nacional, las nuevas cintas a realizar y estrenar. De esta manera también se abordaba la situación crítica en la cual se encontraba la industria de la cinematografía nacional, y cuáles eran las soluciones desesperantes de los directores para poder sacar adelante al cine mexicano. Así el 11 de noviembre Velasco escribe lo siguiente:

Tere Velásquez y Alberto Vázquez sostienen un duelo de picardía e ingenio durante la filmación de 'Serenata a la Luz de la Luna'. La adaptación de este título esta sujeta a que Pedro Galindo compre los derechos de la canción. Cada vez que Juan Soler termina de dirigir una escena, la actriz y el cantante intercambian frases sarcásticas que muchas veces dan en el blanco...

El próximo 17 de noviembre se iniciará el rodaje de 'El Ombligo' -sí leyeron bien- en la ciudad de Guanajuato, bajo la dirección de Rogelio González, que se propone "echar el resto" en esta cinta. Dice que la película tendrá una velocidad vertiginosa, ya que la escena mas larga será de veinte segundos de duración.

Al día siguiente, el encargado de la "TV-Radio y Discos" y "Cine y Teatro" de *El Herald de México* abordaba sobre la proyección de la cinta "Cruces Sobre el Yermo" y la filmación de "El Ombligo":

Lagrimas en los ojos de los técnicos y trabajadores que vieron en privado las dos últimas películas de Antonio Matouk, dirigidas por Alberto Mariscal: 'Cruces Sobre el Yermo' y 'Crisol'. Las historias son auténticamente mexicanas lo cual no quiere decir que sean de charros.

El director Alberto Mariscal está satisfecho de esta primera reacción del público y ahora carga bajo el brazo el guión en inglés titulado ¿Quimera?, que nos contó a grandes rasgos. Es un relato fuerte de nuestra época, que

pone de manifiesto la soledad de la mujer, a través de detalles sutiles y emotivos.

El argumento de 'El Ombligo' es muy interesante, es una farsa divertida en la que se caricaturiza al hombre adulto que nunca ha logrado separarse del dominio de la madre. En este caso, el hilo telefónico es el ombligo, pues el protagonista habla constantemente por teléfono con su mamá para consultarle hasta lo que debe de comer."

El sábado 13 de noviembre Raúl Velasco hacía una crítica a la ANDA por no proporcionar ayuda a un actor con una amplia trayectoria dentro del mundo de la farándula de aquel tiempo, Cuco Guarneros, mejor conocido como Don Cuco:

El reglamento de la ANDA requiere una revisión, pues a menudo se presentan casos como este y, por ejemplo, figuras como Mario Moreno 'Cantinflas' María Félix, Dolores del Río, etc., que cotizan mucho más que los actores modestos, no piden no una cafiaspirina cuando se enferman, pues acuden a sus médicos de confianza, a los que les pueden pagar con creces.

Cuco Guarneros, más conocido en el medio ambiente como Don Cuco –es el camarada de Miguel Medel, Jasso, Palillo, etc.–, está muy sentido con la ANDA. Estaba enfermo, pidió asistencia médica y se la negaron, "porque tiene más de un año y medio sin cotizar". Don Cuco pregunta "¿Y todo lo que he cotizado a lo largo de mi carrera como actor?"

Durante la primera semana de existencia de "Cine y Teatro", Castellón Bracho, Reynaldo Zúñiga y Miguel Jiménez son las únicas personas que firmaban sus notas o entrevistas, el resto del material informativo no llevaba crédito, ni de agencia ni de periodista alguno. Lo mismo ocurrió con las fotografías publicadas en este espacio, sólo Rafael Casasola firmó sus imágenes, el resto de las fotos no llevaban crédito.

Al paso de tres meses "Cine y Teatro" vio sus primeros cambios importantes dentro de su estructura. El 9 de febrero de 1966, aunque no se consolidó dentro de un lugar específico en la estructura del rotativo, dicha sección comenzó a ocupar el doble de espacio, ya no era una página sino dos, debido a ello las notas y las columnas también se vieron incrementadas.

“Cosas del Cine”, sin autor, ahora hacía compañía a “La Semana en Hollywood” y a “La Columna”, cada una aparecía en diferente ocasión, siendo esta última la que mayor número de apariciones realizaba en el transcurso de la semana.

La notas informativas publicadas aquí también presentaban cambios, no sólo en el aspecto numérico sino también en su presentación, para estas fechas comenzaron a mostrarse los créditos de la agencia informativa que tenía que ver con la información, los nombre de AFP y UPI resaltaban dentro de ellas.

La fotografía en esta ocasión jugó un papel fundamental dentro de “Cine y Teatro”, ya no sólo cumplían el propósito de ilustrar la nota informativa, ahora también fungían como información con propio peso, pues por medio de ellas y un pequeño pie de foto se informaba al público sobre diferentes aspectos del cine, en el mayor de los casos sobre estrenos de películas nacionales e internacionales, o de la exhibición de las mismas en la capital del país.

Durante el inicio de *El Herald de México* la cartelera de cine o teatro no se publicó en las secciones dedicadas a los espectáculos, “TV-Radio y Discos” y “Cine y Teatro”; dicha información aparecía en cualquier parte del periódico sin tener un espacio propio.

4.2.3 Los géneros periodísticos dentro El Herald de los Espectáculos

Dentro de la Sección de Espectáculos de *El Herald de México* la información referente al mundo de la farándula era presentada mediante diferentes géneros periodísticos, tales como; la nota informativa, la

entrevista, la crónica, la columna y la columna de notas breves. A continuación ejemplificaran estos géneros con algunos trabajos publicados por "El Heraldo de los Espectáculos", retomando, a su vez, lo dicho por algunos teóricos del periodismo respecto a este tema.

La **nota informativa** ocupó un espacio muy importante dentro de la sección de espectáculos encabezada por Raúl Velasco. De acuerdo a Federico Campbell, la nota informativa se entiende como el texto informativo escrito en tercera persona, "en tiempo pasado, de manera concisa y clara, breve y concisa",⁶ utilizando un lenguaje claro, dentro de la misma no puede existir opinión alguna del periodista, y debe responder a las preguntas qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué. Como ejemplo de ello tenemos la siguiente nota:

Silvia Pinal y Dolores del Río, anfitrionas de la Reseña ⁷

Las estrellas del cine mexicano, Silvia Pinal y Dolores del Río serán las encargadas de dar la bienvenida a todos los artistas que nos visiten durante la VIII Reseña Mundial de Festivales Cinematográficos.

Cuarenta artistas mexicanos, divididos en tres grupos, serán los encargados de ayudar y atender a los visitantes. Dos grupos estarán hasta el 26 de este mes y el otro hasta finalizar el festival.

Es seguro que el ex Presidente de la República, licenciado Adolfo López Mateos, Presidente del Comité Olímpico Mexicano, asista a la exhibición de la cinta japonesa "Las Olimpiadas de Tokio". De igual manera de espera la asistencia del general Clark Flores, secretario general del COM.

Otra definición de **nota informativa** señala que "desde el punto de vista de la redacción, la noticia es el género periodístico por excelencia que da cuenta, de un modo sucinto pero completo, de un hecho actual o actualizado. Digno de ser conocido y divulgado".⁸ Dentro de los elementos que debe de tener la nota informativa encontramos los siguiente:

⁶ Federico Campbell. *Periodismo Escrito*, p. 18.

⁷ *El Heraldo de México*, 18 de noviembre de 1965, p. 3D.

⁸ Martín Vivaldi. *Géneros Periodísticos*, p. 65

proximidad, tiempo y lugar) , celebridad, interés humano, etc. El siguiente ejemplo ilustra lo dicho en Géneros Periodísticos de Martín Vivaldi, pues en dicha nota se da a conocer un hecho de una manera completa y breve a la vez, además de ser un hecho actual y contar con elementos como la proximidad y celebridad.

Terminando sus compromisos fuera de la capital Angélica Maria hará cine ⁹

Terminando las numerosas giras por el interior de la Republica que tiene pendientes, Angélica Maria se dedicará totalmente a la filmación de su primera película de este año como productora. Se trata, como ya hemos informado, de un tema para niños y será dirigida por Carlos Velo.

Posteriormente Angélica seguirá con otros films, ya que tiene varias ofertas en cartera. Aunque no se han dado a conocer los títulos. Angélica espera filmar este año con Paco del Villar, con Gonzalo Elvira y con los hermanos Galindo.

Fue Angélica Ortiz, la productora y madre de la estrella, quien informó lo anterior. Angélica se encuentra ahora en Matamoros cumpliendo un contrato y la próxima semana estará de nuevo entre nosotros. Le falta terminar algunas escenas de la telenovela "Punte de Amor" y es posible que inicie al mismo tiempo una serie musical en el canal 2 de televisión.

Por otra parte, la **entrevista** también fungió como parte esencial dentro de lo publicado en del "Heraldo de los Espectáculos"; la entrevista se basa en la conversación entre el periodista y el entrevistado, y su información debe ser producto de las respuestas del entrevistado, nunca de las preguntas del periodista. Así pues, "a la entrevista que principalmente recoge informaciones se les llama noticiosa o de información; a la que principalmente recoge opiniones y juicios se les llama de opinión, y a la que sirve para que el periodista realice un retrato psicológico y físico del entrevistado se le llama de semblanza".¹⁰

La entrevista es "desde el punto de vista de la redacción, reportaje periodístico que relata – en todo o en parte- la conversación o el dialogo

⁹ *El Heraldo de México*, 3 de enero de 1970, p. 7D

¹⁰ Vicente Leñero. *Manual de Periodismo*, México, p. 41.

mantenido por el periodista con determinada persona".¹¹ Cabe destacar que existen tres tipos de entrevista, la informativa, la de opinión y la de semblanza.

La entrevista informativa o noticiosa es "la entrevista como fuente de información; lo que interesa en ella fundamentalmente es lo que dice el entrevistado sobre el problema de actualidad".¹²

A continuación presentamos fragmentos de dos entrevistas de semblanza; la primera realizada a Víctor Blanco Labra; la segunda a Paco Malgesto:

"A nuestros rocanroleros les falta más pasión y agresividad", Víctor Blanco ¹³

Victor Blanco Labra antes que todo es un rocanrolero de corazón y tal vez el admirador número uno de Elvis Presley en México. más de la mitad de su vida la ha dedicado a lo que el llama el Gran Ritmo, ya sea como coleccionista de discos - en su casa tiene una superdiscoteca sicodélica llena de posters y discos -, como periodista o, como cantante, fue solista y además, formó parte del grupo "Los Soñadores".

Victor Blanco Labra es el fan más fan de todo lo que sea rock and roll. Me ha platicado que cuando estaba estudiando Derecho y le preguntaban algo sobre Derecho Internacional o Derecho del Trabajo, respondía "pues mire profesor, Elvis Presley nació en Tupelo, Mississipi, vivió en Tulsa, cerca de Menphils, Tennesse; que es un estado muy famoso por su música, el maestro Berry es de Tennesse. ¿No sabe usted quién es Berry? Pues Berry es un cantante compositor negro muy tiro, que compuso 'Sweet Little Sixteen'. Internacionalmente tienen derecho a trabajar por la buena música".

Victor Blanco Labra recibió su titulo de licenciado en Derecho y fue a Nashville a especializarse en Derecho Rocanrolero. A su regreso trabajo en este periódico como redactor-ondero-musical. Trabajo que tuvo que abandonar porque fue solicitado por una empresa editora para dirigir una revista del Gran Ritmo: POP. Desde POP Blanco Labra a-Victor, lanza ondas y ondas sobre el rock, música underground, música ácido, música mística, música cínica, música fresca. Toda la música pop está en esta revista.

¿Entonces crees que a los rocanroleros les falta amor a su música?

Definitivamente. Les falta cariño, amor y agresividad. Independientemente de la originalidad, que es otra cosa. Porque la copia en cualquier momento

¹¹ Martín Vivaldi. Op. Cit., p. 344

¹² Martín Vivaldi. Op. Cit., p. 344

¹³ *El Heraldo de México*, 1 de noviembre de 1968, p 2D

puede superarse. Les falta cariño y amor porque todo lo hacen sin ganas; mira, por ejemplo: cuando un rocanrolero que graba un disco, que es lo máximo para todos, llega tarde a la grabación, y no sólo esto sino que con la pieza mal puesta...

Paco Malgesto toca la tuba, el piano, el violín, el piccolo y cocina paella ¹⁴

Paco Malgesto es un hombre sumamente conocido en México. sus programas de televisión y sus crónicas taurinas llegan a casi todos los rincones de nuestra patria y, como los actores, tiene su público, que le escribe y sigue con interés su trayectoria.

Las actividades artísticas de Paco Malgesto, además de sus programas de televisión, se están llevando a cabo en provincia.

La filosofía, como ya se sabe, es la ciencia que estudia todas las cosas mediante sus últimas causas. Tal vez, sin saber, Paco Malgesto se está haciendo o ya es un filósofo.

Por el momento, además de estudiar piccolo y tuba, violín y piano, árabe, inglés y francés, Paco está profundizando sobre la muerte de Cristo. Su hipótesis es interesante: cree que Jesucristo murió de tétanos y está documentándose sobre el particular. Estudia algo muy distinto como lo es la paella valenciana, pues desea encontrar la receta original...

"Soy muy feliz estudiando -dijo Paco Malgesto tras respirar hondo y profundo-; es mi afición. Hice el cálculo de tiempo que me llevaría a aprender todo lo que quiero. Necesito 365 años y llegaría a la conclusión de lo mucho que me quedaría por aprender".

"Me agrada encerrarme en mi hogar con mis hijos y cuando ellos estudian, hacerlo yo también. Es cierto que adoro a mis hijos ¿quién no?, soy un padre como cualquiera, me preocupo por ellos y trato de educarlos lo mejor que puedo".

Y este hombre, que según parece no pudo terminar sus estudios primarios y trató de ganarse la vida de múltiples manera: vendedor de seguros, de calzado y periodista, dedica todo el tiempo que le queda disponible a sus hijos, a sus libros y a la música...

Como entrevista de opinión se encuentra la realizada a Lucy Gallardo, actriz de teatro, quien opinaba respecto a la situación del teatro nacional de 1966:

Opinan los actores sobre lo mejor del teatro en 66; 'Don Juan' y 'La Rosa' están a la cabeza ¹⁵

¹⁴ *El Heraldo de México*, 17 de noviembre de 1965, p. 2D.

¹⁵ *El Heraldo de México*, 2 de enero de 1967, p. 3D

"Yo considero que todos los años son buenos para el teatro, pues todos los años se presentan cosas nuevas e interesantes. Lo importante es no dejar de hacerlo", comentó Lucy Gallardo, quien en días pasado comenzó a actuar en la telenovela "La Casa de las Fieras".

"Desgraciadamente yo no puedo externarme que se hizo en México en 1966, pues debido al mismo trabajo no tuve la oportunidad de ver muchas obras. Creo que entre lo más sobresaliente destacan "Don Gil de las Calzas Verdes", "Yo Hablo de la Rosa" y "Caviar y Lentejas", cada una en su estilo.

Otros dos claros ejemplos de entrevista de opinión son las realizadas a J. Bolaños, director de cine, y a Cuco Sánchez, compositor, cantante y actor, el primero da su punto de vista respecto a como deben de ser las películas para que dejen huella; por su parte, Sánchez habla sobre la manipulación que a través de los años tuvo el mariachi:

"Todo está a mi favor, tengo que hacer una buena película, no hay disculpa": J. Bolaños ¹⁶

"Mi película tiene que ser una buena película, no hay pretextos que puedan valer. El star-sistem acaba de derrumbarse, lo que a los cineastas da oportunidad de ser conocidos en todo el mundo. El principal obstáculo que era el económico ha dejado de ser obstáculo; en cuanto a técnicos, los nuestros trabajan para films extranjeros y lo hacen con éxito, la censura tampoco es problema"...

LA INGENUIDAD DEL CINE MEXICANO

"En México el cine ha llegado a encontrarse con la censura porque es ingenuo. Tanta es su ingenuidad que vuelve obvia la pornografía. Yo, por ejemplo, no sabría que hacer con una pareja en la cama. Me parece obsoleto. Tampoco pondría un beso al final de una escena. Hay otros medios, otros recursos menos directos. Sobre todo, los cineastas mexicanos viven en otra época".

"En este mundo, donde lo más importante es la música y medio millón de jóvenes se reúnen en unas colinas para escuchar un concierto de música pop, un cine que trata temas viejos no interesa"...

EL FRACASO DEL MÉXICO EN LOS FESTIVALES

"Casi siempre mandan a los festivales, cintas en las que han invertido millonadas. No han funcionado. Sin embargo, mi película ("La Soldadera") no ha ido a festivales ni a las semanas representativas del cine mexicano que se hacen en la India, Yugoslavia o en Londres. Casi pienso que mi film se ha convertido en una película maldita, muy a pesar de que ha obtenido trofeos importantes".

EL CIEN DEBE SER UNIVERSAL

..."Yo creo en la universalidad del arte y debo hacer una cinta agradable para gente que hable español, inglés, ruso o chino. Si no lo consigo, no

¹⁶ *El Heraldo de México*, 8 de enero de 1970, p. 1D.

tengo disculpa, porque todo, hasta el momento que vivimos, está a mi favor”...

Cuco Sánchez dice que el mariachi es el soldado de la canción y debe respetársele ¹⁷

“El cine mexicano ha ido terminado paulatinamente con diversos tipos representativos: primero fue el charro, al cual comercializaron, lo cambiaron totalmente y formaron una imagen negativa en el extranjero. Ahora les tocó el turno a los luchadores, los cuales, de deportistas, se han convertido en tipos comerciales, cinematográficamente hablando”.

Cuco Sánchez, compositor, cantante y actor de cine y televisión, es quien, arremete contra los causantes de que el charro mexicano, antes un tipo representativo, brillante y cotizado como figura hermosa y ejemplar, sea hoy admirado con cierto desprecio por algunos sectores.

“El mariachi, brillante exponente del folklore mexicano, hombre trabajador que vive como cualquier otro oficinista, es hoy calificado de manera burla, ¡Mariachi, le dicen a quien se equivoca en algo! Yo pienso que los mariachis, los que trabajan en Garibaldi o en los centros típicos, son los soldados de la canción mexicana. He hablado con políticos de las altas esferas y han estado de acuerdo conmigo. El charro mexicano o el mariachi merecen más respeto y también ser tratados en otra forma en los espectáculos que versan sobre ellos- ¡No más comercialización!...”

El siguiente ejemplo ilustra de manera clara lo dicho en las líneas anteriores.

“Agotamos las posibilidades de encontrar una virgen María mexicana”, dice Alfredo Zacarías ¹⁸

“La nacionalidad de la virgen María es universal y por lo tanto no importa de que país haya surgido la artista para interpretarla”, manifestó ayer Alfredo Zacarías en relación a los comentarios hechos sobre la contratación de una artista extranjera para dicho personaje en su película “La Vida del Niño Jesús”.

“Agotamos hasta el último esfuerzo por encontrar entre las chicas mexicanas a la más viable candidata para interpretar a la Virgen María. Nos llegaron muchas solicitudes, pero desgraciadamente ninguna nos dio el tipo. Estoy dispuesto a mostrar las fotografías a quien lo solicite para comprobar lo dicho”.

¿Quiere decir que en México no hay ninguna muchacha cuyo físico se asemeje a la Virgen?

¹⁷ *El Heraldo de México*, 1 de septiembre de 1970, p. 1D.

¹⁸ *El Heraldo de México*, 4 de enero de 1970, p. 1D.

“Lo que creo es que hay muchas, muchísimas, pero no fueron al concurso. Pienso que las jóvenes mexicanas se abstienen de tomar parte en estos eventos. Hay mucha belleza en México, pero existe también mucha oposición familiar a que las señoritas intervengan en lo relacionado con los espectáculos”.

Como otro ejemplo de una entrevista informativa transcribimos una realizada por el periodista Rubén Torres a Rodolfo Solís, quien a finales de 1970 tuvo problemas con los hermanos Almada:

El delegado de TyM acusa a los Almada de desorganización; que dio facilidades ¹⁹

Jorge Durán Torres declaró a este diario que por no tener todavía una acusación formal contra el delegado de Técnicos y Manuales en la filmación de “Por Eso”, no se ha empezado una investigación a fondo, pero que en cuanto la tuviera tomaría las medidas correspondientes.

En vista de ello entrevistamos a Rodolfo Solís, la persona que se refirió concretamente Mario Almada, y dijo:

“Por un principio un delegado esta imposibilitado para hacer que el costo de una producción suba en 150 mil pesos”.

“Por otra parte, respeto a los señores Almada como actores, pero como productores con muy malos. Ante todo por su inexperiencia”.

“Cuando los señores Almada me hablaron de las condiciones especiales, yo pedí que me mostraran las facilidades solicitadas y su aceptación por el Comité Ejecutivo, ya que tenían que existir un escrito; pero no tenían nada con que comprobar”.

La **crónica** también ocupó un espacio importante en las páginas del Heraldo de Leo Espectáculos, ésta “se trata de una relación de hechos, detalles, ambientes, escrita en orden no necesariamente cronológico. Es la narración de un acontecimiento de interés colectivo en la que el cronista se puede permitir comentarios y acotaciones y ejercer su estilo personal”.²⁰ Enseguida se presenta un fragmento ejemplificando este género publicado en la Sección de Espectáculos del periódico dirigido por Gabriel Alarcón:

¹⁹ *El Heraldo de México*, 5 de noviembre de 1970, p. 1D.

²⁰ Federico Campbell. *Periodismo Escrito*, p. 42.

Asimismo podemos entender como crónica “una información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos, actuales o actualizados, donde se narra algo al propio tiempo que se juzga lo narrado”.²¹ Como ejemplo presentamos la siguiente crónica publicada en la sección de espectáculos de *El Herald de México* en diciembre de 1965.

El público se amotinó para ver actuar a Antonio Aguilar ²²

A las cinco de la tarde del domingo, las puertas metálicas de la placa de toros de Caletilla cedieron ante el empuje de más de dos mil personas que no habían podido entrar a presenciar el espectáculo charro de Antonio Aguilar, escuchamos ayes lastimeros, gritos majaderías pero la masa se incorporó a los miles de espectadores que estaban adentro ¿Cómo cupieron? Lo ignoramos, pero ahí estaban todos en el tendido, mientras en el ruedo los charros mexicanos ejecutando todas las suertes del jaripeo.

Había mucho ambiente, algo nunca antes visto por nosotros, pero cuando Antonio Aguilar salió al ruedo montando uno de sus briosos caballos fue el acabose: de todas las gargantas salió el grito mexicano: ¡Ay, ay, yay, yay! Se nos enchino la piel, se nos hizo un nudo en la garganta al ver esa estampa tan mexicana, tan auténtica.

Antonio empezó a bromear con el público: “Los que sean solteros que levanten la mano”. Todos la levantaron y agregó: “Pues esta canción va dedicada a los casados”.

Luego presentó a los artistas mexicanos que estaban presentes: Sara García, Fernando Soler, Irma Dorantes...Y la plaza se vino abajo en muestra de entusiasmo. Sara García lloró de emoción el sentir el cariño del público y Antonio le dijo: ¿Ay, mami, pareces coneja...mira cuantos hijos tienes!...

La Sección de Espectáculos del rotativo encabezado por Gabriel Alarcón Chargoy contaba, en sus inicios, con una serie de **columnas**, que abordaban principalmente temas relacionados con el cine, la televisión y la industria del disco. La columna “es el escrito que trata con brevedad uno o varios asuntos de interés y cuya característica singular es que aparece con una fisonomía, una presentación tipográfica constante, y tiene además un nombre invariable”.²³

²¹ Martín Vivaldi. *Géneros Periodísticos*, p. 128.

²² *El Herald de México*, 1 de diciembre de 1965, p. 4D.

²³ Vicente Leñero. *Manual de Periodismo*, p. 44.

Dentro de la Sección de Espectáculos de *El Heraldo de México*, en el periodo comprendido de 1965 a 1970, se utilizaron las columnas de tipo informativo y de crítica-reseña; la primera, presenta al lector informaciones sintetizadas en un bloque informando al público de los principales acontecimientos del día; la segunda, "informa y comenta asuntos que requieren especialización. Las hay sobre distintas áreas del quehacer social pero las más representativas con las de cine, libros, arte, música y teatro".²⁴ Como ejemplo de Columna informativa encontramos la escrita por Raúl Velasco, y la cual se titula "La Columna":

La Columna ²⁵

A Evita Muñoz "Chachita" no le gusta la palabra solterona y por ese motivo hizo que la borrarán del guión de "La Muerte es Puntual", la película que filma actualmente en los Estudios Churubusco.

Erick del Castillo está muy nerviosos porque el nacimiento de su primogénito, que debería ocurrir a principios del mes pasado, todavía no se efectúa. "pero esta semana tiene que ser ¡a como de lugar!".

Por cierto, Erick comenzará a filmar "La mano de Dios", el próximo lunes, bajo la dirección de Jaime Salvador. Esta es un producción de Rodolfo Rosas Pliego, y será protagonizada por Álvaro Zermeno, Irma Dorantes, Andrés Soler y Jorge Russek.

Como ejemplo de columna de crítica, dentro de este diario, se encontraba la titulada "Bizarre-Bizarro" por Parmènides García Saldaña, publicada a partir de 1968:

Bizarre-Bizarro ²⁶

Bizarre: Las canciones de nuestros días, mexicanas que tienen dizque arreglos barrocos o muy finos, no son sino intentos de apantallar a la gente en ondas que en nada muestran una evolución de nuestra música. Sólo nos dicen que queremos estar "in", aunque ni siquiera, alguna vez, hayamos estado "out" u "off", porque simplemente nunca hemos estado, sino que muy tranquilamente, habitamos el paraíso del yosoymuysensibleyyotambienpuedocomoloscompositoresestranjerossyositen

²⁴ Vicente Leñero. Op. Cit., p. 44.

²⁵ Raúl Velasco. *El Heraldo de México*, 17 de noviembre de 1965, p. 2D.

²⁶ Parmenides García Saldaña. *El Heraldo de México*, 1 de noviembre de 1968. p 2D.

gounlenguajenuevo. Aunque sigamos escribiendo canciones (claro que con música barrocamezcladacondecafonica) que dicen:

Anoche me dormí pensando en ti / Y cuando me levante un taxi time / Y cuando subí a nadie vi / Que se pareciera a ti / Pero mañana en la noche / Antes de dormir /Te lo juro sin reproches y remaches / Que pensare solamente en ti...

ESCUERISIMO: el titulo de la canción, se llama nada menos, que SIN, producto de la inspiración del compositor que está de submoda, porque hay alguien que está más de moda que él, llamado nada menos que AAA Platero.

El arreglo musical está orquestado con 4 violines, 80 violas, 3 cornos ingleses, 16 fagots, 29 chirimas, 839 maracas, 69 xilófonos, 1 triangulo, 3 pianos de cola y 2 sin, 2 órganos Hammond y 5 Farfisa, 9 guiros, 63 claxons de Mustang, Valiant y Renault. Como ustedes leen, un ondón de originalidad para estar "in" en la música, aunque el compositor no sepa ni tocar las puertas.

Asimismo dentro de los géneros periodísticos se entiende como columna al espacio reservado "a un determinado escritor o periodista para que en él escriba sobre temas de actualidad que tengan interés público",²⁷ Las columna informativa o columna de notas breves es la más utilizada en la sección de espectáculos de *El Heraldo de México*, pues entre 1965 y 1970 encontramos múltiples trabajos periodísticos de este tipo, entre las que se encuentran , "La Columna", "Qué Quién, Cómo, Dónde...", "Viajeros", entre otras.

Qué, Quién, Cómo, Dónde...²⁸

El 14 de septiembre, en una función de gala en el cine Diana, se estrenará "Pito Pérez" la película de ROBERTO GAVALDON que inicia una nueva etapa para nuestro cine; 8 pesos luneta en una sala capitalina. No cabe duda que son magnificas las intenciones de quien ha promovido esto. Espero que la película valga el precio y justifique lo demás.

ISELA VEGA y JORGE LUCKE planean un show musical en el que cantarán, bailarán "y también habrá cotorreo", según sus propias palabras. Ambos participarán algunos días más en "Zaratustra", ahora presentándose en el Jorge Negrete.

En cuanto cumplan sus compromisos fílmicos, realizarán una gira en esta modalidad, que probablemente culmine en la capital, en un centro nocturno de Insurgentes.

²⁷ Martín Vivaldi. *Géneros periodísticos*, p. 332.

²⁸ Guillermo Vázquez Villalobos. *El Heraldo de México*, 4 de septiembre de 1970, p. 1D.

A propósito de "Zaratustra" unas horas antes de la primer función efectuada en el Jorge Negrete, el departamento de espectáculos sugirió a los actores que se vistieran, pero después de la entrevista que ayer tuvieron ALEJANDRO JOROROWSKY y CARLOS ANCIRA con los o el jefe, volvieron a recibir luz verde para que las damas y los caballeros de la obra sigan actuando medio vestidos, como siempre.

LA PREGUNTA DEL DÍA ¿Cuál (o quién) es el motivo por el cual la incipiente actriz LLUCERO HERNÁNDEZ BRAVO guarda un pequeño revolver en su bolso de mano?

VIAJEROS ²⁹

Ayer se marchó a Nueva York el compositor MANUEL ALEJANDRO, quien allá atenderá varios asuntos relacionados con sus actividades. En una semana aproximadamente se propone estar de regreso en México, donde continuará buscando a un joven interprete para sus canciones.

Pasado mañana se marcha a Los Ángeles, California, la rubia NADIA MILTON. Además de surtir su guardarropa, tratará lo relacionado con su aparición en unos programas de TV con DEAN MARTÍN, así como también su contrato en una grabadora norteamericana que se interesa por ella.

Hoy es esperado, procedente de USA, el director ROBERTO GAVALDON, quien acompañó a sus hijos a la escuela del vecino país donde estudian. SUSANA SALVAT regresa este fin de semana de Nueva York, a donde fue a comprar ropa. La joven actriz participó también en un desfile de modas. Recodaran ustedes que se inició en el ambiente del modelado.

4.2.4 Las fotografías y la publicidad en El Heraldo de los Espectáculos

Aunque en la actualidad la mayoría de las secciones de espectáculos de los diarios capitalinos y las mismas revistas dedicadas a este tema contienen un gran número de anuncios publicitarios en los cuales se presentan al lector servicios o productos de diferente índole, este no era el caso de las páginas dedicadas a la farándula dentro de *El Heraldo de México*, pues cabe mencionar que ni la cartelera cinematográfica aparece en dichas páginas, como sucede en la actualidad en varios periódicos de la ciudad de México.

²⁹ *El Heraldo de México*, 9 de septiembre de 1970, p. 1D

Fotografías

La suerte que corrían los anuncios publicitarios en aquella época dentro de las páginas destinadas a los espectáculos no la corrieron las imágenes fotográficas, siempre se contó con un promedio de 6 fotografías diariamente, éstas tenían que ver en algunas ocasiones con las notas informativas presentadas ahí, pero en otras ocasiones eran fotos que con ayuda de un pie de foto conformaban una nota. Muchas de estas imágenes eran referentes a escenas de películas que estaban filmándose o que pronto se estrenarían.

Dentro de "El Herald de los Espectáculos" las fotografías ocuparon un lugar muy importante, pues gracias a estas imágenes se pudo dar a conocer el trabajo que los actores, directores, músicos, locutores, cómicos, cantantes y todo aquella persona relacionada con el mundo de la farándula.

Como ya mencionamos las imágenes mostraban algunas escenas de películas por estrenarse o en filmación, pero de igual manera presentaban el rostro casi perfecto de las actrices de cine y televisión, y en el mejor de los casos, dichas estrellas mostraban su figura con la ayuda de un diminuto vestuario que dejaba poco a la imaginación.

Cabe mencionar que no todas las actrices salían con poca ropa, eso sólo lo hacían las jóvenes que aún no contaban con un nombre dentro del mundo del espectáculo, puesto que las estrellas consagradas siempre salieron impecables vestidas al último grito de la moda, bien peinadas, maquilladas; es decir presentaban el lado glamoroso de las celebridades.

Para noviembre de 1966 las fotografías en color comienzan a formar parte de la sección de espectáculos de *El Heraldo de México*, particularmente en el espacio dedicado al cine y teatro. Dichas fotografías presentan escenas de películas, tanto nacionales como extranjeras; aunque cabe destacar que los colores con los que cuentan tales imágenes no son del todo nítidos como los que en la actualidad podemos ver en cualquier publicación periodística, pues dichas fotos son opacadas por un color entre rojizo y sepia, mismo que impide que las imágenes luzcan a todo su esplendor.

Las primeras imágenes presentadas con estas cualidades dentro “El Heraldo de los Espectáculos” en su mayoría son de la cinta producida por los Estudios Universal, cuyo título es “Beau Geste” y, presenta a los principales actores de esta obra fílmica, entre los que se encuentran Mc Clure, Cuy Stockwell y Telly Savalas.

También se presentan fotografías de las gemelas Pili y Mili; en esta ocasión las españolas son presentadas con una toma panorámica, pues ellas se encuentran en un punto alto que permite ver al fondo la ciudad de Guanajuato, aunque estas actrices no son mexicanas, llevan puesto consigo un sarape con colores patrios.

El esfuerzo de proporcionar imágenes a todo color tanto de películas y actores nacionales y extranjeros se realiza muy a pesar de que a principios de 1966 se cerraron los Estudios San Ángel Inn, debido a la gran crisis por la cual entonces atravesaba la industria cinematográfica mexicana, pues de acuerdo a declaraciones de Jorge Sthal, propietario de los Estudios San Angel Inn se tenían que producir por lo menos 18 cintas dentro de ellos para poder salir de las deudas en la cual se encontraba con sus

trabajadores, pero en el transcurso del año anterior sólo se realizaron cinco films.

Con tan sólo 15 años de vida, 220 películas en su haber y tras el desfilar dentro de sus foros de las principales estrellas del cine mexicano, los Estudios San Ángel Inn cerraron sus puertas siendo los Estudios Churubusco los únicos que quedaran en pie bajo el cuidado del Estado y el Banco Cinematográfico.

Publicidad

Los pocos anuncios que son publicados dentro de dicha sección son exageradamente diminutos, por ejemplo, varias veces es anunciado Dinner Club, propiedad de Gabriel Alarcón, pero dicho anuncio apenas ocupa el espacio de una columna de ancho y lo de 5 renglones de alto; es casi imperceptible para el lector.

Los anuncios que sobresalieron por su tamaño durante los primeros días de vida del diario son los de aparatos de televisión Philco, éste llegó a ocupar el espacio de 5 columnas de ancho y $\frac{3}{4}$ de página de alto. Dicho anuncio presentaba todas las particularidades que un receptor como éste tenía y por lo tanto era la mejor opción para el público que deseaba tener lo mejor de lo mejor en cuanto a tecnología televisiva de aquel entonces.

Otro anuncio que ocupó un tamaño similar al de los televisores fue el de Discos Musat, éste fue publicado en diciembre de 1965, en la época navideña. Musat saca un anuncio de sus materiales discográficos con motivos navideños. El anuncio en blanco y negro señala: "Haga de esta navidad la mejor de muchos años", posteriormente aparecen 4 portadas de discos, dos de ellas acompañadas de los temas que contienen. Todo ello en un fondo negro.

Para principios de 1966 los anuncios dentro de la sección destinada a la televisión, el radio y los discos, aparecen con mayor regularidad. Éstos por lo general son patrocinados por alguna otra compañía que no tiene que ver con los medios de comunicación directamente, o sea, no se trata de publicidad de radio, televisión o discos; por ejemplo, La Casa Pedro Domecq, en un espacio de 2 columnas de ancho y poco más de ½ página de alto, invita al público lector a disfrutar del programa televisivo “Actores y Solistas Famosos”, que en aquel entonces se transmitía por canal 2, a las 21:00 horas y, que de acuerdo al anuncio, presentaba “a los mejores artistas del escenario universal de las Bellas Artes”.³⁰

Por su parte, Comercial Mexicana invita al público a ver la serie de televisión titulada “Bonanza”; en este anuncio, que ocupa 3 columnas de ancho por ¼ de página de alto, al contrario del de La Casa Domecq, además de estar compuesto por texto también lleva un dibujo de los protagonistas de la serie. Asimismo la tienda comercial aprovecha tal espacio para incitar al lector a visitar la sucursal de Comercial Mexicana ubicada en el centro de la ciudad de México.

“Viaje al Fondo del Mar”, patrocinado por Brandy Señorial, también es anunciado dentro de la sección de espectáculos de *El Herald de México*; al igual que el de “Bonanza”, éste es acompañado por una ilustración hecha a base de dibujos de los rostros de dos de sus protagonistas y de la nave submarina, cómplice de su aventuras.

En el primer aniversario de *El Herald de México* es la fecha en que la sección de espectáculos cuenta con la mayor cantidad de anuncios

³⁰ “TV Radio y Discos”. *EL Herald de México*. Marzo 14 de 1966, p. 2D

publicitarios, siendo las compañías cinematográficas las que extienden sus felicitaciones a la publicación, y sobre todo, a la sección de espectáculos.

Empresas como United Artist, Clasa Films Mundiales, Diana Films, Películas Nacionales, Cinematográfica Jalisco, Filmadora Panamericana, Radeant Films, MGM, Sagitario Films y Paramount Films expresan sus buenos deseos por el año de vida de la publicación.

Al mismo tiempo, los espacios utilizados para felicitar al diario son utilizados por algunas compañías para anunciar su más reciente trabajo. United Artists publicita "Éxtasis Prohibido"; Paramount Films, "El seductor Irresistible"; Diana Films, "Despedida de Casada"; Filmadora Panoamericana aprovecha este espacio para dar promoción a la cinta titulada "Conspiración Bikini"; Radeant Films anuncia "Acapulco a go-go"; Sagitario Films, "Domingo Salvaje"; por su parte, Cinematográfica Jalisco, "El Mal"; Clasa Films, "Pedro Páramo" siendo estos dos últimos largometrajes de los que en mayor número de ocasiones se habló dentro de la sección "Cine y Teatro", ya sea por medio del periodismo gráfico, "La Columna" de Raúl Velasco, las columnas de las compañías discográficas CBS y RCA, o a través de alguna nota periodística.

El hecho de que se registraran muchos de los anunciantes de "El Heraldillo de los Espectáculos" estaban relacionados con el medio de la cinematografía podría deberse a que, antes de salir a la venta *El Heraldillo de México*, Gabriel Alarcón Chargoy se desempeñó profesionalmente dentro de este terreno, pues formó parte del monopolio Jenkins, el cual comprendía desde salas de cine hasta distribuidoras que ponían fuera de la jugada a los productores independientes

4.2.5 Colaboradores de la sección de espectáculos de *El Heraldo de México*

Raúl Velasco

Fundador de la Sección de Espectáculos de *El Heraldo de México*

Nació en Celaya, Guanajuato en el año de 1933. A los veinte años de edad llega a la ciudad de México. Fue reportero del periódico *Novedades*; y fundador y jefe de la sección de espectáculos de *El Heraldo de México*, conductor radio y de programas de televisión como *Confrontación 68*, *Medianoche*, *Domingos Espectaculares* y *Siempre en Domingo*.

Ha colaborado en *Cine Universal*, *Cine Novelas*, *Cine Álbum*. Además creó programas como *Noche de Valores*, *Estrellas de los 80's*, *El Sabor de la Noche* y *Galardón a los Grandes* entre otros. Y ha escrito los libros *Mi rostro Oculto* (1989) y *Vibraciones Cósmicas* (1998).

Juan Tovar

Reportero de la Sección de Espectáculos y Jefe de Redacción de *El Heraldo de México*

Nació en Puebla, Puebla, el 23 de octubre de 1941. traductor guionista, narrador y dramaturgo. Realizó sus estudios de ingeniería en la Universidad Autónoma de Puebla. En 1962 se trasladó a la ciudad de México, fue discípulo de Luisa Josefina Hernández en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Profesor de teoría dramática en la Escuela Teatral del INBA, y del Centro Universitario de Teatro, de guión cinematográfico en el Centro de Capacitación Cinematográfica; y traductor de Editorial Novaro y FCE.

Ha colaborado en: *Casa de las Américas* (Cuba), *Revista de bellas Artes*, *Revista de la Universidad de México*, *Siempre!*, *El Heraldo de México* (espectáculos, jefe de redacción), *Ovaciones* y *El Día*.

Entre su obras publicadas están: *Hombre en la Oscuridad* (1965), *Los Misterios del Reino* (1966), *El mar bajo la Tierra* (1967), *Pueblo Fantasma*, guión cinematográfico (1967), *Dos oídas relatos* (1971), *Viaje a Ixtlàn* (1975), *Mi Querida Lulú*, teatro (1987).

En 1966 obtuvo el 3er. Premio en el Concurso de Guiones y Argumentos Cinematográficos y el 1er. Premio del Concurso de Cuento. En 1970 ganó el Premio de Novela del Primer Concurso de la Juventud; en 1984 el Premio Alfonso X de Traducción Literaria del INBA.

Guillermo Vázquez Villalobos

Envejeció en los escenarios del periodismo de espectáculos. Su experiencia de muchos años en el cine, lo hizo un gran conocedor del mismo desde el cine mudo hasta nuestros días. Con la misma facilidad con la que hacía "Preguntas del Día", dentro de su columna ¿Qué Cómo Cuándo y Dónde...? –publicada en sección de espectáculos de *El Heraldo de México*, recordaba el nombre del fotógrafo que filmó la primera cinta de Boris Karioff.

Rubén Torres

Parte de un historiador consumado, durante la primera década de la sección de espectáculos de *El Heraldo de México*, fue "el amo de las de "8" que hurga hasta lo más profundo, a donde va su audacia, y amor a la profesión y a la verdad. Amante de la literatura en todas sus manifestaciones, Rubén Torres a mediados de los setenta debutó como

escritor. Es también gran conocedor del folklore, principalmente Latinoamericano, de ahí que sus críticas y comentarios a ese género lleven el sello de la verdad y el conocimiento".³¹

José Luis Jiménez

Tras haber terminado sus estudios en la especialidad de música e idiomas comenzó a trabajar en la sección. Se le veía usualmente en las filmaciones de donde sacaba el comentario ágil. Todos los secretos de la Asociación Nacional de Actores en esa época eran buscados por este reportero, quien además fue el encargado de cubrir los "cócteles de prensa. "Sus conocimientos en materia musical –teóricos y prácticos- le han redituado el respeto de los artistas, quienes esperan sus comentarios a una 'noche de debut'. También como todos los reporteros, se mueve indistintamente en todos los medios del espectáculo: estudios de televisión, de cine, casas grabadoras, etc".³²

Mauricio Peña

Analista de cine y teatro; conocer de géneros, sistemas, directores."sus crónicas altamente positivas, van siempre encaminadas a buscar lo mejor en estas artes".³³

4.3 El Heraldo de los Espectáculos, hacedor de nuevos talentos

Desde el surgimiento de *El Heraldo de México*, y por consiguiente de la sección de espectáculos del mismo, ésta estuvo dedicada a apoyar el desarrollo del medio de los espectáculos en México, sólo cabe mencionar

³¹ Barómetro de entretenimiento y talentos, "El Heraldo de México", Sección de Aniversario, Año X, p. 4.

³² Op. Cit, p. 4

³³ Op. Cit, p. 4

el *Heraldo*, trofeo que comenzó a entregarse, desde 1965, a lo más destacado de en materia de cine, música, teatro, televisión.

En el artículo titulado "Barómetro de entretenimiento y talentos", publicado en la sección del décimo aniversario del diario, se dice "EL HERALDO DE LOS ESPECTÁCULOS se ha convertido en el nombre de una sección en la cual todas las especialidades del *show-bussines* (perdón por el anglicismo), ha visto retratados, sus grandes logros, sus más variadas manifestaciones e incluso sus ocasionales fracasos. Una amplia gama de facetas del espectáculo ha desfilado en gráficas e interesantes reportajes siempre en el momento más oportuno, acompañado del agudo comentario que trata de indagar la verdad acerca de lo que se esconde tras candilejas, reflectores, cámaras y micrófonos de México y del mundo entero".³⁴

Lo anterior se ve reflejado en las múltiples columnas que la sección de espectáculos de *El Herald de México*, presenta en sus páginas, tales como *Qué, quién, cómo, dónde...*, en donde Guillermo Vázquez Villalobos, en donde el periodista trataba asuntos relacionados con la televisión, los discos, radio, teatro y cine, que con su *Pregunta del día* "trae de cabeza, al menos durante ese día a algún funcionario de la industria, actriz, actor, cantante o vedette".³⁵

De esta manera podemos observar como *El Herald de México*, mediante su sección de espectáculos ha apoyado el desarrollo del medio de la farándula a través de sus notas, columnas, artículos de opinión y crónicas publicadas; así como con los diversos eventos realizados para destacar lo mejor de los espectáculos; y el apoyo realizado a nuevas figuras con sed de alcanzar la fama.

³⁴ Op. Cit, p. 4

³⁵ Op. Cit, p. 4

4.3.1 Premios Heraldo

Desde el surgimiento de *El Heraldo de México*, y por consiguiente de la sección de espectáculos del mismo, ésta estuvo dedicada a apoyar el desarrollo del medio de los espectáculos en México, solo cabe mencionar el *Heraldo*, trofeo que comenzó a entregarse, desde 1966, a lo más destacado de en materia de cine, música, teatro, televisión.

A tan sólo dos meses del nacimiento de *El Heraldo de México*, este rotativo anunciaba en una de las páginas dedicadas a los espectáculos, los Premios de El Heraldo de México, ello a través de una nota, misma que ocupaba por completo la pagina 3D, con una cabeza de ocho columnas que decía: NUESTROS PREMIOS A LOS MEJOR DE 1965

De acuerdo a lo mencionado por esa nota, los Premios “El Heraldo” no tienen ninguna otra finalidad más que impulsar a los artistas que de acuerdo al juicio del diario han destacado, por su trabajo, dentro del campo del cine, el teatro, la televisión y los discos.

Un día después de anunciados los ganadores al trofeo. La sección “Cine y Teatro” publicó una nota referente al cómo había sido tomada la noticia por el gremio de la cinematografía nacional.

Emilio O. Rabasa, Director del Banco Cinematográfico; y Fernando de Fuentes Jr., Presidente de la Asociación de Productores, coincidían en sus declaraciones que este premio era benéfico para la industria del cine, pues se trataba de una iniciativa que ayudaría a estimular tanto a los actuales y futuros valores del cine mexicano, asimismo ambos enviaban

una felicitación a *El Herald de México* por tomar la decisión de realizar reconocimiento a los involucrados dentro de la cinematografía.

Por su parte, *El Herald de México* respondía que el diario no sólo estaba interesado en informar a sus lectores sobre los hechos concernientes al mundo del cine sino que también se mostraba interesado en colaborar a un mejor y mayor desarrollo dentro del mundo de la cinematografía nacional. Aunque para el 15 de enero aún no se tenía el lugar donde se iba a realizar la premiación, el diario anunciaba a los lectores que en breve se daría a conocer los ganadores de "El Herald", a lo mejor de la televisión y los discos, creando con ello una mayor expectación en torno a dichos trofeos.

Dieciséis días después, dentro de la página 2D, se publicaban los acreedores a la presea "El Herald" en el rubro de la televisión. Cabe destacar que con este anuncio a la sección de espectáculos encabezada por Raúl Velasco se le da mayor espacio, pues a partir de este día ocupa 3 páginas en lugar de 2, siendo la sección de "Cine y Teatro" la que se quedó con el espacio sumado.

Tres días después "TV-Radio y Discos" publica declaraciones de personalidades del mundo de la televisión con respecto a los premios otorgados por el periódico de Gabriel Alarcón.

Dentro de las declaraciones del comediante Raúl Astor, éste confiaba en que dichos reconocimientos no fueran manipulados por ciertos círculos de poder, pues de acuerdo a él, debido a eso, los artistas ya no creían en los premios y ni se encontraban interesados en asistir a las premiaciones. Ante dichas declaraciones *El Herald de México* tenía como tarea darle credibilidad a sus trofeos.

Otras personalidades de la televisión mexicana, tales como Luis Estrada, Gerente de la Televisión Matutina; y Enrique Rambe, actor y director de telenovelas, calificaron a dichos premios como una brillante idea, a la vez, deseaban que hubiera más eventos del mismo tipo que ayudaran a alentar el trabajo de los actores.

Con el propósito de estimular a quienes trabajan en el campo de los discos, el 7 de febrero de 1966 se anunciaron a los ganadores de "El Heraldito" a lo mejor de 1965. Como en las ocasiones anteriores las reacciones de los famosos no se hicieron esperar y calificaron de alentador dicho reconocimiento.

Al siguiente día de haberse publicado los ganadores del "Premio Heraldito" en el campo de los discos la compañía discográfica CBS extiende una felicitación por medio "TV Radio y Discos" de *El Heraldito de México*, ello lo hace en la cuarta página de la sección D, sección que se convierte en el refugio de los espectáculos, con imágenes de ganadores de dicho reconocimiento. Los Panchos, Javier Solís, La Sonora Santanera y Enrique Guzmán son tan solo algunos de los felicitados por su casa disquera.

Durante la primera entrega de "Premios Heraldito" se otorgaron 65 trofeos divididos de la siguiente manera: 23 fueron concernientes al ramo discográfico; 18 al mundo del cine y la televisión, respectivamente; y tan sólo 6 estatuillas fueron dedicadas al teatro.

El hecho de que el arte escénico fuera el campo que menor número de reconocimientos recibiera jamás fue explicado, pero puede ser entendido al momento en que revisamos las primeras ediciones de *El Heraldito de*

México, pues aunque es el primer diario capitalino en preocuparse por abarcar, dentro de su sección de espectáculos, todo lo concerniente al cine, la televisión, el radio, los discos y el teatro, éste último medio de expresión es el que cuenta con menor difusión, aunque en distintas ocasiones se tratan noticias referentes al teatro, éstas notas no pasan de tratar sobre algunas de las obras a estrenarse o en proyecto. La página "Cine y Teatro" se enfocaba en mayor medida al mundo del cine, tanto nacional como internacional, que al teatro.

Por su parte, el mundo radiofónico tampoco fue reconocido dentro de esta primer entrega de los "Premios Heraldos", pues aunque la sección de espectáculos de dicho periódico capitalino tiene una sección titulada "TV Radio y Discos", el terreno de la radiodifusión es la que en menor medida es tocada para difundir alguna noticia, por lo general las notas existentes en el inicio de este periódico hablan en su mayoría de televisión y discos.

El hecho de que el radio se haya hecho dentro de esta premiación no es hecho exclusivo de esta publicación, pues dentro de la entrega de los "Calendarios Azteca de Oro", organizada por la Asociación Mexicana de Periodistas de Radio y Televisión, de 31 reconocimientos entregados, sólo ocho fueron para el radio.

En enero de 1970 el rotativo anunciaba cambios en la entrega de trofeos que año con año realizaba el rotativo, para reconocer a lo mejor del entretenimiento. El diario buscaba que el "Premio Heraldos" tuviera mucho mayor reconocimientos y fuera más valorado, es por ello que decidió recortar el número de preseas por entregar en la quinta entrega de los "Heraldos", es decir "que no se premia a lo mejor de cada región (vrg.: actor, coactor, actriz, coactriz, argumentista, etc.), sino que se buscará lo

más notable de los actores, las actrices y los demás interpretes. En caso de que no hubiera nada notable, sino simplemente bueno, no se premiaría”.

4.3.2 “La Voz” y “El Rostro” de El Heraldito

Con la finalidad de dar un mayor impulso a aquellos jóvenes natos dentro del mundo de la farándula, *El Heraldito de México* se dio a la tarea de estimularlos por medio del título “La Promesa del Heraldito” –mención antecesora de “La Voz” y “El Rostro” del Heraldito-. Dicho reconocimiento sólo era otorgado a jóvenes que comenzaban a demostrar gran entrega a su profesión, convirtiéndolos de esta manera en estrellas con un gran futuro dentro del mundo del espectáculo.

“Una de las características esenciales de la Sección de Espectáculos de EL HERALDO DE MÉXICO, es la de hacer labor constructiva en todas las ramas que abarca su especialidad. Siempre que encontramos un valor, y con la única condición de que demuestre su profesionalismo y amor a la carrera, EL HERALDO DE MÉXICO LE DA SU APOYO, y así, año con año, el cine, la televisión, la industria disquera y el teatro se han enriquecido con nuevas figuras”.³⁶

Así pues, “El Heraldito de los Espectáculos” puso su fe, en varios cantantes y actores, nombrándolos “Promesas de El Heraldito”, entre ellos destacan: Anel, Helena Rojo, Macaria, Pepe Jara, Renata y Luis Moreno, y varios más.

“La Voz” y “El Rostro” han sido escaparates para que decenas de artistas se dieran a conocer ante el público, respecto al Rostro del Heraldito, éste certamen surgió en 1970. Aunado a la disminución cuantitativa de Premios

³⁶ “Helena Rojo, Macaria, Luis Moreno, nuestro pronósticos” ’70, *El Heraldito de México*, Noviembre 19 de 1969, p. 6D.

Heraldo que se entregarían ese mismo año, el Consejo de Editora Alarcón, S.A. discutía la búsqueda del “Rostro del 70”, para ello se deseaba encontrar a una mujer joven para darle la oportunidad de proyectarse, con ayuda de *El Heraldito de México*, dentro del ambiente artístico, “no solamente buscamos la belleza del rostro, sino que necesitamos que la señorita que resulte designada este preparada culturalmente y tenga un alto índice de cualidades”.³⁷ Así fue como estrellas mexicanas, que son reconocidas en la actualidad tanto a nivel nacional como internacional, comenzaron su carrera artística, entre las seleccionadas destacan Verónica Castro, Lucía Méndez, y más recientemente Ana Bárbara y Araceli Arámbula.

La actriz y cantante mexicana Verónica Castro, quien fuera la primera en ser reconocida por el diario de Gabriel Alarcón Chagoy como “El Rostro”, fue realmente apoyada por el rotativo en las páginas destinadas a los espectáculos, y cada movimiento que la nueva estrella realizaba era publicado por la sección a cargo de Vázquez Villalobos. A menos de ser nombrada “El Rostro”, Verónica Castro contaba con una serie de ofertas de trabajo que muchas otras estrellas hubieran querido tener, prueba de ello es la oportunidad de debutar dentro de la pantalla grande, en la cinta “Tres Hombres, Tres Mujeres”., ello además de lanzar su primer material discográfico bajo del sello de Orbivox.

Tiempo después ocurría lo mismo en el plano musical *El Heraldito de México* se daría a la tarea de buscar a personas con gran voz para ser proyectadas al mundo del espectáculo con ayuda de “El Heraldito de los Espectáculos”. De esta forma surgieron cantantes que han sido reconocidos por el público a través de los años, tales son los casos de los intérpretes María Medina, María del Sol, Carlos Cuevas y Emmanuel.

³⁷ “Gran Cambio en la entrega de los Heraldito 1970; sólo se premiará la categoría extraordinaria”, *El Heraldito de México*, Enero 5 de 1970, p. 1D.

4.4 El Suplemento de Espectáculos

Aunado a la sección de espectáculos de *El Herald de México*, el Suplemento de Espectáculos de dicho diario se encarga de informar al los lectores sobre noticias referentes al terreno de la farándula nacional e internacional, principalmente referente al mundo del cine y teatro.

El Suplemento de Espectáculos surgió semanas después del nacimiento del periódico encabezado por Gabriel Alarcón Chargoy, estaba a cargo de Guillermo Villalobos, en la redacción se encontraba Mario Castellón Bracho y Raúl Velasco se desempeñaba como coordinador del mismo; Reynaldo Zúñiga Barba, Miguel Jiménez Esquivel, Juan Tovar, Ernesto de la Rosa, Víctor Blanco Labra, Carlos Martínez, Jorge Cámara y Lidia Beltrán fungían como colaboradores, siendo los dos últimos quienes cubrieran noticias internacionales, él en Hollywood y ella en París.

El Suplemento de Espectáculos se publicaba los domingos y constaba de un total de 16 páginas en las que se presentaban al público lector información referente al cine y al teatro, que a diferencia de la sección de "Cine y Teatro", aquí se daba más hincapié a este último, sobre todo al producido por el Estado.

Tanto la portada como la contraportada eran editadas a todo color, en la primera se presentaba imágenes y encabezados referentes a la información contenida en su interior; por su parte, la segunda contenía una pequeña bibliografía sobre alguna joven estrella, generalmente mujer, además por lo general estaba acompañada de una imagen en la que se mostraban los atributos de la persona en cuestión, ayudada por diminutos bikinis que no dejaban mucho a la imaginación de los lectores.

Sandra Boyd, actriz mexicana de tan sólo 20 años, es presentada en la contraportada del domingo 5 de noviembre del 67. con respecto a la información bibliográfica se hace mención como la Boyd comenzó su carrera como modelo para luego participar en telenovelas y tiempo después algunas historias cinematográficas, además se hace referencia a su escultural físico, "90-61-94 no es su número telefónico, sino sus medidas anatómicas. Pesa 53 kilos y mide 1.64",³⁸ dicha mención es ayudada por una fotografía de Sandra en donde posa para la cámara, con una mirada seductora, con las manos en la cintura y con un bikini color rojo. Otras actrices que ocupan la contraportada del suplemento dominical son: Angélica María, Ana Martín, Raquel Welch, Senta Berger, Jacqueline Andere, etc.

Con respecto a las 14 páginas restantes, estas estaban conformadas por información cinematográfica y teatral, en su mayoría, que se presentaba ayudada de los diferentes géneros periodísticos, como lo son: entrevista, artículo, reportajes, etc.

"La Figura de la Semana" era la columna con la que se abría El Suplemento de Espectáculos, esta presentaba información relevante acerca de actores, actrices, películas o cualquier otro aspecto referente al espectáculo, mismo que tenía que haber realizado algo trascendental como para ocuparse del tema, por ejemplo el domingo 6 de noviembre de 1966 "La Novicia Rebelde" ocupó la columna, pues de acuerdo al texto, tras ser un personaje ficticio, discutido, repudiado por algunos, pero a la vez con la capacidad de acaparar la atención de los cinéfilos gracias a su jubilosa y caritativa personalidad, había logrado recaudar 7 millones de pesos en taquilla. Como la Novicia rebelde. Siguieron muchas otras figuras de la semana, tal es el caso de: el actor Carlos Lico, la Reseña

³⁸ "Suplemento de Espectáculos", *El Heraldo de México*, 5 de noviembre de 1967, p. 16.

Cinematográfica, la obra teatral "Pueblo Rechazado", Federico Fellini. Arturo Ripstein, Gloria Swanson, etc.

Siguiendo con el terreno cinematográfico, El Suplemento de los Espectáculos no dejó pasar eventos como el 50 aniversario de 'Tarzan', ello en un reportaje titulado "Medio Siglo de Tarzanes" por Mete-Oro. Dentro de este trabajo se hace referencia como, sin buscarlo, Edgar Rice Burroughs llevó a la popularidad a 'Tarzan', esto después de haber sido publicada en la revista All-Story "Tarzan de los Monos", primera historia del este personaje, hecho que le abrió el camino para ser convertida en novela, y tiempo después ser llevada a la pantalla grande. Asimismo se hace un recuento por los cincuenta años de este héroe dentro del cine, considerando al ex nadador Johnny Weissmuller como el 'Tarzan' más famoso del celuloide.

'Tarzan' no fue el único personaje del cine que ocupó las páginas del Suplemento de Espectáculos de *El Heraldo de México*, pues otros hicieron lo mismo, como Mickey Mouse, La Pantera Rosa, Donald, etc.

Tanto los reportajes como las entrevistas estaban acompañadas por imágenes fotográficas, estas no tenían crédito, generalmente éstas eran escenas de alguna producción cinematográfica o alguna obra teatral, en otras ocasiones sólo eran fotos de la estrella de quien trataba el trabajo periodístico. Por su parte, la publicidad no existía en esta parte del periódico.

Otras secciones dentro de este Suplemento de Espectáculos eran 'Miscelánea', la cual se dedicaba a informar a la gente sobre los próximos estrenos tanto en teatro como en cine, en este último caso hacía referencia a películas nacionales y extranjeras.

Es pues de esta manera como el Suplemento de Espectáculos de *El Heraldo de México*, cumplía con su labor de llevar información, domingo tras domingo, referente a este tema a los lectores del periódico de Gabriel Alarcón Chargoy.

Es pues, de esta manera como *El Heraldo de México*, ayudado por su sección y el suplemento de espectáculos, que el mundo de la farándula tuvo un escaparate para promocionar lo mas actual dentro de este rubro. Desde películas, obras de teatro, programas de televisión, novedades discográficas, etc.

Gracias e que el rotativo de Gabriel Alarcón Chargoy fue el primero en tratar tanto radio, televisión, cine, teatro y discos dentro de una misma sección, puede considerarse a "El Heraldo de los Espectáculos" como la primer sección de este rubro dentro del periodismo en México, pues ningún otro diario, como lo hemos visto en este trabajo, había tratado de manera tan singular al mundo de la farándula.



El Premio Heraldo fue de gran importancia para el medio de la farándula.

ACERVO DE LA HEMEROTECA NACIONAL



El Heraldo de los Espectáculos fue un gran escaparate para estrellas consagradas y noveles.

ACERVO DE LA HEMEROTECA NACIONAL



La industria de la televisión aprovecho este medio para difundir sus productos.

ACERVO DE LA HEMEROTECA NACIONAL



Por medio de esta sección el público se enteraba de la programación televisiva.



El propio Raúl Velasco utilizaba las páginas del diario en que colaboraba para anunciar su programa.

ACERVO DE LA HEMEROTECA NACIONAL



Aunado al Heraldo de los Espectáculos, el diario dirigido por Gabriel Alarcón Chargoy publicaba un suplemento dominical sobre el mismo tema.

ACERVO DE LA HEMEROTECA NACIONAL



El suplemento de espectáculos también servía para apoyar la carrera de nuevos talentos.

ACERVO DE LA HEMEROTECA NACIONAL

CONCLUSIONES

El crecimiento económico registrado en nuestro país años después de finalizar la Segunda Guerra Mundial fue tal que iniciada la década de los sesenta ciudades como la de México, Puebla Guadalajara y Monterrey tuvieron repercusiones, pues además de que la gente seguía emigrando del campo a estos sitios para buscar mejores oportunidades de vida, al establecerse en estas ciudades la vida de la gente comenzó a cambiar dejando a un lado algunas costumbres del campo; dicho fenómeno también fue ayudado por la industria del entretenimiento que para este decenio contaba con estabilidad. Aunque el cine y el teatro no pasaban por buen momento, tanto la industria radiofónica, disquera y televisiva acaparaban -como parte de la industria cultural- el gusto del público.

El cambio económico registrado en nuestro país también influyó en una marcada transformación dentro del terreno sociocultural, pues la adquisición de nuevas normas, hábitos de consumo y costumbres se iban dando dentro de la cultura mexicana, dejando atrás los hábitos del campo

Cabe destacar que podemos entender como una cultura a aquella donde se desarrolla y moldean las virtudes humanas, prohibiendo algunas y fomentando otras dependiendo del espacio y el tiempo; podemos decir que esto mismo es lo que realiza la cultura de masas, que gracias a la ayuda de los *mass media* (radio, televisión, cine y prensa), se imponen símbolos y mitos que se vuelven en muchas ocasiones universales, lo cual provoca un público homogéneo, destruyendo en algunos casos las características culturales de cierto grupo étnico, gracias a los estereotipos impuestos por la industria discográfica, televisiva y cinematográfica, mismos que son difundidos por la prensa.

Es entonces que podemos entender como industrias culturales a la producción de mercancía realizada por los medios de comunicación masiva. De esta forma la cultura de los *mass media* tiene que ver en gran medida con el pensamiento mercantilista que los dueños de los medios tienen al momento de ofrecer al público sus productos. Estas ideas las hemos podido ver en el transcurso de nuestra investigación de tesis, pues al estar revisando algunos ejemplares de los primeros cinco años de vida de la sección de espectáculos del diario *El Herald de México*, observamos cómo la industria discográfica, principalmente, ponía en marcha diferentes estrategias para poder vender sus productos, éstas iban desde los comunes anuncios publicitarios de sus producciones musicales hasta columnas pagadas e insertadas dentro de "TV-Radio y Discos", en donde se difundía el acontecer de las estrellas de moda de cada una de las disqueras, entre ellas CBS y Mussat.

Así entonces, las industrias culturales van de mano de la cultura de masas, la cual es producida de acuerdo a las normas masivas de fabricación industrial y difundidas a un público igualmente masivo por los *mass media*. En la actualidad dicha cultura es consumida a todas horas del día gracias a que el posicionamiento de las industrias culturales está en estrecha relación con el desarrollo de la tecnología y por el mercantilismo.

Cabe recordar que, de acuerdo a Edgar Morin, la cultura de masas se apodera del tiempo de ocio de los individuos –tiempo ganado al trabajo y a la familia-, espacio que aprovechan los hacedores de este tipo de cultura para vender sus productos a través de los medios de comunicación como lo son La televisión, el cine, la radio y la prensa, mismos que conllevan a una industria del espectáculo, que es donde se forman los

llamados Dioses Olímpicos; y es precisamente en *El Heraldo de México* donde se promueve el trabajo realizado por los Dioses Olímpicos.

A la par de que los grandes empresarios de los espectáculos fomentan ciertos clichés -mismos que son aprehendidos por los integrantes de la sociedad-, se transforma la vida de los individuos que consumen ese producto, formándose entonces un público homogéneo con ideas universales, capaces de poder ser manejados al gusto de los grandes empresarios, pues todas las mentes se encuentran sintonizadas en un sólo canal, con lo cual es más fácil poder vender todos los productos que se tengan en mente.

También podemos señalar que como medio de comunicación masiva el periódico tiene cierto nivel de influencia para el desarrollo socio-cultural de una sociedad, en algunas ocasiones éste obtiene una penetración tal que llega a convencer, pero otras veces no tiene tanto impacto dentro de la misma como fenómeno de comunicación.

Es a mediados de los sesenta cuando Gabriel Alarcón Chargoy funda *El Heraldo de México*, tiempo atrás el empresario de origen hidalguense había estado involucrado en el monopolio del cine mexicano al pertenecer al grupo de William O. Jenkins, lo cual lo involucró de manera directa dentro de la industria del entretenimiento y la industria cultural. *El Heraldo de México*, al ser el pionero en tener una sección de espectáculos moderna (con informaciones relacionadas con la televisión, cine, música, etc.), también es uno de los primeros en fomentar el desarrollo del medio de la farándula, pues gracias al manejo del espectáculo por medio de notas informativas, crónicas, y demás géneros periodísticos tratados durante sus primeros cinco años de vida la sección encabezada por Rail Velasco sirvió de escaparate para promocionar sus productos.

A pesar de que para esta época otros diarios capitalinos como *El Universal*, *Excélsior*, *Ovaciones*, segunda edición y *Esto* ya contaban con un espacio dedicado al mundo de los espectáculos, *El Heraldo de México* era el único en abordar tanto radio, televisión, cine, teatro, disco y música en la misma sección, misma que se encontraba subdividida en TV-Radio y Discos y Cine y Teatro, las cuales en su conjunto llevaban el nombre de Heraldo de los Espectáculos a cargo –en sus inicios- del periodista Raúl Velasco, y tenía como su principal objetivo incrementar el desarrollo de las actividades del espectáculo. De esta manera periodistas como Raúl Velasco, Juan Tovar, Guillermo Vázquez Villalobos, José Luis Jiménez y Mauricio Peña cumplían con la función de difundir el mundo de la farándula a través de sus trabajos periodísticos publicados en las páginas del Heraldo de los Espectáculos, ello por medio de notas informativas, entrevistas y algunas crónicas referentes al terreno del entretenimiento.

El impulso que “El Heraldo de los Espectáculos” daba, en aquella época, a los espectáculos se veía reflejado en los diversos agradecimientos que protagonistas del mundo de la farándula hacían llegar a manos de Gabriel Alarcón Chargoy, fundador de este periódico. Cabe destacar que en este aspecto el medio más favorecido fue el cine, pues a pesar de que en ese entonces la cinematografía mexicana se encontraba en declive la sección dirigida por Raúl Velasco se enfocó por apoyar a este medio, todo ello a través de reportajes y notas.

El Heraldo de México supo aprovechar los adelantos tecnológicos que favorecieron al mundo del disco (discos y equipos estereofónicos) y, sobre todo, de la televisión (*video tape*, televisión a color y transmisiones vía satélite), pues al ver que estas industrias se fortalecían cada vez más, el rotativo no desaprovechó la oportunidad para publicar en sus páginas

información respecto a la música y la pantalla chica y promover así diversos medios.

No sólo por medio de su trabajo periodístico este rotativo significaba un escaparate para el desarrollo de los espectáculos, pues además de cumplir su labor como informador, el diario, también fungió como creador de nuevos talentos, mismos que apoyaba, cada vez que podía, en sus páginas dedicadas a este tipo de noticias. En este caso tanto el medio de la actuación como el de la música se vieron beneficiados, pues certámenes como "La Voz" y "El Rostro", y la misma entrega de "Premios Heraldo" dieron oportunidad a jóvenes valores. Tanto con "La Voz", "El Rostro" *El Heraldo de México* cumple con la función para la cual todos los medios de comunicación masiva están hechos, al fomentar la creación de nuevos ídolos, mismos que Edgar Morin nombra, dentro de Espíritu del Tiempo, como "Dioses Olímpicos". En cambio, con la entrega de "Premios Heraldo", además de apoyar, fomentar y promover "Dioses Olímpicos", refuerza a la propia industria del espectáculo.

Asimismo, El Suplemento de Espectáculos del diario de Gabriel Alarcón Chargoy se sumó al esfuerzo de promover la industria del espectáculo. Este suplemento dominical estaba a cargo de Guillermo Vázquez Villalobos, y en él se publican información referente al cine (nacional e internacional) y de los escenarios teatrales, lo cual servía como complemento al Heraldo de los Espectáculos.

Por lo tanto, creemos que nuestra hipótesis: "Es importante la sección de espectáculos dentro de un medio de comunicación, como *El Heraldo de México*, para el desarrollo del medio del espectáculo", al parecer ha sido comprobada. Gracias a que *El Heraldo de México*, como parte de las industrias culturales, cumple la tarea que todo medio de comunicación

masiva realiza: la información publicada en el diario tenía que ver con la idea central de las industrias culturales, con el pensamiento mercantilista que los dueños de los medios de comunicación tienen al momento de ofrecer al público sus productos.

Así pues, “El Heraldito de los Espectáculos” era el escaparate perfecto para llegar al público ávido de información sobre los “Dioses Olímpicos” -al decir de Edgar Morin-, pero a su vez, este rotativo fungía como medio publicitario para promocionar los distintos productos que tanto las compañías teatrales, las cadenas de televisión, la industria del disco y del cine, querían dar a conocer. Cabe destacar que este fenómeno se vuelve una especie de círculo vicioso, pues estos medios se promueven entre sí mismos, ejemplo de ello es cuando *El Heraldito de México* escribía alguna nota sobre la industria del disco, cine o radio, éstos a su vez le devolvían el favor en ocasiones especiales como los aniversarios del diario, pues pagaban para publicar múltiples felicitaciones -mismas que ponían en alto el nombre del periódico- dirigidas al director y al rotativo por un año más de vida. Asimismo el diario se podía anunciar en la televisión; por su parte el cine lo hacía en la prensa y la pantalla chica: y los discos a través del rotativo, la televisión y ,en ocasiones, por medio de la pantalla grande - ello gracias a diferentes producciones cinematográficas que llevaban en los papeles principales a los cantantes de moda quienes no perdían oportunidad para cantar algún tema musical-.

Es pues, de esta manera como puedo decir que la enseñanza que me ha dejado este trabajo de investigación ha sido muy basta, pues he aprendido mucho en relación a los medios de comunicación y cómo éstos son manejados de acuerdo a los intereses que conllevan las industrias culturales -ahora sé que los medios de comunicación se promocionan unos a otros de acuerdo a los intereses que persigan-, además me ha

dado una visión de cómo debe de ser tratada la información del mundo de la farándula sin tener que llegar al amarillismo que tanto se utiliza en la actualidad, así pues, uno puede realizar su trabajo periodístico sin tener que sacar a la luz aspectos personales de otros.

Desde este punto de vista, considero que este trabajo servirá tanto a futuros y actuales periodistas relacionados con la fuente de espectáculos, para poder realizar un trabajo periodístico digno sobre el medio de la farándula sin tener que inmiscuirse con la vida privada de los famosos. El Heraldo de los Espectáculos-, tenía como principal objetivo difundir la carrera de los artistas y no realizar escándalos que acabaran con su trayectoria.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, José Rogelio
Enciclopedia de México
Compañía Editora de Enciclopedias
México, 1987

Amann, Ricardo
Industria Cultural y Relaciones Internacionales, el caso hispanoamericano: 1940.1980
Universidad de Guadalajara
México, 1989

Beltron, Albert
"Introducción a una economía de la cultura: un enfoque liberal" en *Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego*
Fondo de Cultura Económica
México, 1982, p. 46-61

Blanco, José Joaquín
México a Finales de Siglo
FCE
México, 1983

Brom, Juan
Esbozo de Historia de México
Editorial Grijalbo
México, 1998

Campbell, Federico
Periodismo Escrito
Ariel Comunicación
México, 1995

Carrandi Ortiz, Gabino
Testimonios de la Televisión Mexicana
Editorial Diana
México, 1986

Checa Godoy, Antonio
Historia de la Prensa Iberoamericana
Ediciones Alfar
Sevilla, 1993

Contreras Torres, Miguel
El Libro Negro del Cine Mexicano
Editorial
México, 1960

Eco, Humberto
Apocalípticos e Integrados
Editorial Lumen
España, 1968

Faulstich, Werner
Cien Años de Cine 1885-1995, entre la tradición y la nueva orientación
Editorial Siglo XXI
México, 1997

García Riera, Emilio
Historia Documental del Cine Mexicano
Editorial Era
México, 1969

Garrido, Juan S.
Historia de la Música Popular en México
Editorial Extemporáneos
México, 1974

Getino, Octavio
Cine y Televisión en América Latina, producción y mercados
Ediciones CICCUS
Chile, 1998

Girard, Augustin
"Las industrias culturales: ¿obstáculo o nueva oportunidad para el desarrollo cultural?" en *Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego*
Fondo de Cultura Económica
México, 1982, p. 35-45

González Casanova, Pablo
México Hoy
Editorial Siglo XXI
México, 1979

Granados, Pavel
XEW, 70 años al aire
Editorial Clio
México, 2000

Guzmán Jiménez, David
Identidad Corporativa y Promocional de la Televisión: estrategias de consolidación de la empresa televisiva (Tesis)
FCPyS, UNAM
México, 1995

Jiménez Moreno, W.
Historia de México, una síntesis
INHA
México, 1962

Landero, Enrique
"Cadena García Valseca" en *El Periodismo en México, 450 años de historia*
UNAM
México, 1974

Lara Valdez, Josefina
Diccionario Bibliográfico de Escritores Contemporáneos
INBA
México, 1998

Leñero, Vicente
Manual de Periodismo
Editorial Grijalbo
México, 1986

Massacchio, Humberto
Diccionario Enciclopédico de México Ilustrado
Andres Leon Editor
México, 1989

Massacchio, Humberto
Milenios de México
Diagrama Casa Editorial
México, 1998

Matterlart, Armand
La Cultura como Empresa Multinacional
Serie Popular Era
México, 1976

Matterlart, Armand
Multinacionales y Sistemas de Comunicación
Siglo XXI Editores
México., 1981

Mazziotti, Nora
La Industria de la Telenovela, la producción de la ficción en América Latina
Editorial Piados
México, 1996

Medina, Luis
Historia de la Revolución Mexicana
Colegio de México
México, 1979

Moneta, Carlos Juan
Las Industrias Culturales en la Integración Latinoamericana
Editorial Grijalbo
México, 1999

Moreno Rivas, Yolanda
Historia de la Música Popular Mexicana
CONACULTA
México, 1989

Morin, Edgar
El Espíritu del Tiempo
Editorial Taurus
España, 1996

Munnè, Federico
Grupos, Masas y Sociedades
Editorial Hispano Europea
Barcelona, 1979

Navarrete Maya, María Guadalupe Laura
Excelsior, sus primeros años (Tesis)
FCPyS, UNAM
México, 2001

Ornelas Vargas, María de Lourdes Patricia
La especialidad de Periodismo Financiero dentro de las Ciencias de la Comunicación (Tesis)
FCPyS, UNAM
México, 1994

Ortega Zapata, Héctor Guillermo
Los Géneros Televisivos, una aproximación al estudio de los formatos de la televisión mexicana (Tesis)
FCPyS, UNAM
México, 1996

Przecawski, Krzysztof
"Repercusión de las industrias culturales del sector de los medios audiovisuales en el comportamiento sociocultural de los jóvenes" en *Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego*
Fondo de Cultura Económica
México, 1982, p. 81-95

Ramos Ramos, Fidel Pablo
El Reportero de Espectáculos de el Universal Gráfico (Tesina)
FCPyS, UNAM
México, 2002

Rivero Olivares, Irma
La Televisión Mexicana (privada y estatal) y su Relación con la Sociedad Nacional de 1940 a 1985, un análisis estructural funcionalista (Tesis)
FCPyS, UNAM
México, 1990

Sadoul, Georges
Historia del Cine Mundial, desde sus orígenes hasta nuestros días
Editorial Siglo XXI
1984

Sosa Plata, Gabriel
Las Mil y una Radios
Mc Graw Hill
México, 1996

Swingewood, Alan
El Mito de la Cultura de Masas
Premia Editora
México, 1981

Torroba, Felipe
La información y el Periodismo
Editorial Eudeba
1968

Vivaldi, Martín
Géneros Periodísticos
Editorial Paraninfo
España, 1973

Periódicos y Revistas:

Hemeroteca El Universal
Editorial Cumbre
México, 1987

El Heraldo de México
Varios números (1965-1970)

El Universal
Noviembre 1965

El Universal, historia de una pasión independiente
El Universal
México, 2001

Esto
Noviembre 1941
Noviembre 1965

Excelsior
Noviembre 1965