

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la Radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 1923

21 de febrero	<p><u>“El Mundo”</u>, <i>La radiodifusión como entretenimiento</i>. Sección de Radiotelefonía. El cómo y el por qué de la comunicación inalámbrica. , miércoles 21 de febrero de 1923, tomo IV, número 318, p. 4</p> <p>La radiofonía es la diversión más agradable y avasalladora que pueda encontrarse, es más que un entretenimiento: es una enfermedad de la que son susceptibles la gran mayoría de los hombres. La “radiomanía” cuenta con más de quinientas mil víctimas sólo en el vecino país, y la lista sigue creciendo. Lo mismo le pega a un chiquillo de diez años que a un viejo de noventa.</p> <p>En los primeros días de la radiofonía, no había restricciones oficiales de ningún género. Los aficionados se multiplicaban en esas condiciones. La longitud de onda de sus transmisiones y la potencia de sus equipos no tenían límite legal. Muchos de ellos se dedicaban a llenar el éter con toda clase de lenguajes, incluyendo probablemente el picaresco y el tauromáquico. No pocos lo hacían por el simple gusto de oír el chispazo en sus transformadores de cinco kilowatts. Era lo mismo que si estuvieran tronando un chicote, pero un chicote eléctrico con más magia que el que usan los arrieros. Mientras más ruido mejor. El éter parecía una casa de locos.</p> <p>Esto naturalmente se convirtió en una molestia para todos. Armado con un transmisor poderoso, “respondón” de manera irrespetuosa a cualquier operador con licencia del Gobierno que se atrevía a pedir reparo por un momento sus interferencias, sus alegras chispazos tenían una totalidad semejante a un claxon de ____, tronando de indignación.</p> <p>En 1912 el gobierno americano hizo un esfuerzo para reprimir estas condiciones y una ley se pasó que todavía está en vigor. Esta ley detallaba ciertas condiciones muy razonables respecto a los derechos de los operadores aficionados y experimentales. Prevenía que no se usara en estaciones de aficionados más de un kilowatt de potencia. Pero un kilowatt no es cualquier cosa. 746 watts representan un caballo de fuerza, y por consiguiente un kilowatt es muy cerca de caballo y medio. Esta potencia no debe usarse más que en estaciones colocadas a más de ocho kilómetros de distancia de una estación de</p>
---------------	---

	<p>radio. Si la estación transmisora caía dentro de los ocho kilómetros de radio de una estación naval, su poder quedaba restringido a medio kilowatt.</p> <p>La ley además prevenía que los operadores debían tener una licencia en el caso en que sus estaciones tuvieran capacidad de transmitir más allá de los límites del estado en que estaban colocadas. Para obtener una de estas licencias, que son de dos clases, primer y segunda, es necesario poder transmitir y recibir cierto número de palabras por minuto. Bajo las leyes de radiocomunicación americanas, el vecino país se divide en nueve distritos. Cada estación de aficionados con licencia reciben un número o señal de llamada que corresponden al distrito:</p> <p>Por ejemplo, en Chicago y sus cercanías la llamada comienza con la cifra 9.</p> <p>Pudiera ser 9-G-C-O-9-E-E.</p> <p>En la actualidad, con la sensibilidad de los radiófonos aumentada de tal manera que hasta los más pequeños transmisores pueden enviar mensajes a distancias considerables, conviene obtener una licencia, aun cuando se usen transmisores pequeñísimos. La licencia no cuesta nada y todo aficionado debe preferir la posesión de un certificado de aprobación oficial sobre su estación. Por supuesto, para estaciones receptoras no se necesita licencia alguna. Los varios distritos americanos se centran son los siguientes:</p> <p>Primer Distrito, Boston Segundo Distrito, Nueva York Tercer Distrito, Baltimor Cuarto Distrito, Norfolk Quinto Distrito, Nueva Orleans Sexto Distrito, San Francisco Séptimo Distrito, Seattle Octavo Distrito, Detroit Noveno Distrito, Chicago</p> <p>Una vez que se obtiene la licencia, la estación es enlistada en un libro que se llama "Radio-Estaciones de aficionados de los Estados Unidos". Este libro lo publica el Departamento de Comercio, en su Oficina de Navegación, y se pueden obtener ejemplares enviando quince centavos americanos al Superintendente de Documentación Oficina Impresora del Gobierno de Washington. Este libro contiene los nombres y direcciones de cada propietario de estación, su señal de llamada y el poder de su transmisor.</p> <p>Desde el momento en que los receptores no pueden molestar a nadie, ninguna recepción ha _____. El poseedor de un radiófono puede tener una antena de varios kilómetros de largo, si le parece conveniente, y puede emplear aparatos más completos y costosos sin necesidad de pedirle licencia a nadie. La ley de Radio no tiene más que una cosa acerca de las estaciones receptoras. Exige claramente que los</p>
--	--

	<p>operadores de las estaciones no revelen los mensajes que reciban de las estaciones comerciales. Esto es simplemente una protección para aquellos que arreglan sus negocios radiofónicamente.</p> <p>El radio es un entretenimiento que obliga a desarrollar los instintos de inventiva y análisis que hay en todo individuo normal. A todos nos gusta construir, y producir combinaciones nuevas. El radio presenta ilimitadas oportunidades de ejercer la libertad creadora. No hay manera fija para conectar un cierto número de radiófonos o de transmisores. Podrá haber una manera mejor, pero cada aficionado tiene una manera de “enganchar o atajar”, como pudiera llamarse, en términos palafreneros, el método de conectar sus aparatos. Y cualquier entretenimiento que permita tan amplio campo de experimentación, tiene que ser forzosamente seductor. En radio hay una variedad infinita de cosas diferentes que probar. Un aficionado puede trabajar toda la noche conectando su aparato de maneras diferentes. Y cuando toda su familia esté durmiendo, todavía buscará otro modo que quizás le parezca mejor que los anteriores. Este interés tan intenso en sus experimentos y los resultados de ellos se es enteramente natural, porque ha creado algo nuevo y quiere ver como trabaja. Es exactamente lo mismo que un hombre que ensaya jugadas a la lotería, al ajedrez o combinaciones nuevas en su taller, si le da por la mecánica.</p> <p>Los aficionados, además, son gente sociable. Les gusta reunirse y hablar de su juego preferido. Como resultado de esto, los locales de radiofonía son numerosos. Hay pocas comunidades que no cuentan por lo menos con una organización radiofónica, y con su sala de sesiones, y con sus sesiones cada semana o cada dos semanas. Allí arreglan conferencias, clases para practicar telegrafía y tarde que temprano el club tiene su propia estación. Es un ___ enteramente democrático. Todo nuevo miembro es siempre bienvenido, sin más condición que interesarse en el radio.</p> <p>En los Estados Unidos hay dos asociaciones nacionales famosas de aficionados a la radiofonía. La una es la Liga Americana de Radio RELAI y con cuartel general en Hartford, Conecticut. La otra es la Asociación Nacional de Aficionados a la Inalámbrica. Estas corporaciones se han organizado prácticamente con el fin de enviar mensajes. Una estación en Boston puede transmitir un mensaje que finalmente llegará hasta algún otro aficionado en San Francisco. En la transmisión de estos mensajes pueden tomar parte veinticinco o treinta estaciones intermedias. Esta realidad de mensajes es una de las diversiones más fascinadoras del radio. (continuará).</p>
--	---

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la Radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 1960

14 de abril	<p>“Boletín Radiofónico”, <i>La Frecuencia Modulada Tiene “un Brillante Futuro”</i>, Época II, Año VII, No. 325, México, D. F., 14 de abril de 1960.</p> <p>En la Convención de Chicago se comprobó el avance de la FM y se exhibieron receptores baratos de AM-FM.</p> <p>CHICAGO (de nuestros servicios).- La 38ª Convención Anual de la NAB (Asociación Nacional de Radiodifusores de los Estados Unidos), que se celebró la pasada semana en el Hotel Conrad Hilton de esta ciudad, fue la más importante en la historia de la Asociación por el número de delegados (2,500), entre los que figuran varios radiodifusores mexicanos.</p> <p>Se discutieron muchos asuntos que afectan a la industria de la radiodifusión y se exhibieron los sorprendentes avances de la técnica radiofónica y electrónica que comentaremos ampliamente en nuestra próxima edición.</p> <p>Hoy queremos destacar un aspecto muy interesante de la Convención: el de la Frecuencia Modulada (F. M.), tanto en el campo de la música como en sus aspectos culturales y técnicos, así como para el progreso de la radiodifusión y en los momentos de “emergencia”.</p> <p>Tres fabricantes de receptores de F. M. predijeron un “brillante futuro” para la radiodifusión de frecuencia modulada, ya que el pasado año se vendieron más de un millón de receptores de F. M. y se van a poner a la venta receptores para recibir la frecuencia modulada, de alta calidad y a un precio razonable, habiéndose perfeccionado receptores para automóviles y portátiles para AM-FM.</p> <p>Comentado el progreso de la FM., que fue estudiado por un comité de la NAB durante su Asamblea, se felicitaron los siguientes datos: en</p>
-------------	--

	<p>marzo de 1959 se habían concedido 726 permisos para las estaciones de Frecuencia Modulada en los Estados Unidos y en el mismo mes de este año, los permisos concedidos llegaban a 848, y que actualmente el país 696 estaciones de FM, o sea 101 estaciones más que el pasado año.</p> <p>Se dijo, también, que en los Estados Unidos hay en uso 15.500,00 receptores de FM, y que su auditorio es muy importante, ya que escucha casi todas las horas del día, y se aconsejó a los directores de esas estaciones de FM que se especializaran en determinado auditorio.</p> <p>Así, pues, quedó bien de manifiesto no sólo la verdad de la declaración hecha en el seno de la Convención de Chicago en el sentido de que la Frecuencia Modulada tiene “un brillante futuro”, sino que su adelanto en el aspecto técnico, sus aplicaciones prácticas y su expansión, cuando menos por lo que respecta a los Estados Unidos, revisten ya una importancia realmente extraordinaria.</p>
26 de mayo	<p>“<u>Boletín Radiofónico</u>”, <i>La TV no está en Condiciones de llegar a 6 Edos. Del País</i>, Época II, Año VII, No. 331, México, D. F., 26 de mayo de 1960.</p> <p>Radio Cadena Nacional, siempre al servicio del progreso de México</p> <p>RADIO CADENA NACIONAL, la empresa radiofónica que diariamente transmite mensajes de aliento para impulsar el desarrollo industrial y cultural de nuestro país, mediante la red de Radioemisoras que tiene instaladas en las más importantes regiones de la República, inauguró, el viernes 14 del presente, otra radioemisora (XEVA) en la capital del Estado de Tabasco y así, RADIOCUADRANTE DEL SUR, que lo integran las estaciones que operan en Oaxaca; Tuxtla Gutiérrez, Chis.; Acapulco, Tehuantepec, Tapachula Ciudad del Carmen, Mérida, Iguala, Progreso, Villahermosa, influye sobre un auditorio de siete millones de habitantes que siempre están pendientes de la programación de cada una de esas emisoras.</p> <p>FE EN EL FLORECIMIENTO DEL SURESTE DEL PAIS</p> <p>El Sr. Rafael Cutberto Navarro, Presidente de Radio Cadena Nacional, analizando la importancia que para el florecimiento de nuestro país contiene la región del Sureste, ha expresado:</p> <p>“Desde hace tiempo creemos en el Sureste. Es por ello que hemos establecido radiodifusoras propias de Tapachula, Tehuantepec, Tuxtla Gutiérrez, Oaxaca y ahora en este fascinante mar verde que es VILLAHERMOSA, que reserva miles de sorpresas a quienes</p>

ingenuamente creen aun en la leyenda mil veces repetida de que el trópico solamente produce hombres indolentes y poetas contemplativos. Tabasco es una sinfonía de martillos, de maquinas que le abren el vientre a la montaña, de caminos que penetran en la selva para derrotar el pantano y un ejercito de hombres cuyo capitán, el señor Gobernador Carlos A. Madrazo, los guía en una de las batallas más espectaculares que el hombre de México ha emprendido para rescatar un imperio de riqueza nueva para la Patria y un nuevo emporio de recursos económicos dedicados a la felicidad humana”

ESPIRITU DE EMPRESA

Incuestionablemente, los dirigentes de RADIO CADENA NACIONAL, están seguros de que para cooperar positivamente al desarrollo industrial, social y cultural de México, es indispensable un espíritu de empresa acorde con la realidad de las diversas regiones donde haya que operar. De aquí que la cooperación de RADIO CADENA NACIONAL, con sus plantas radioemisoras que funcionan en todo el país y muy especialmente en los Estados Sureste, esté haciendo una labor que indudablemente le vale una carta de contenido profundamente nacionalista, en razón de que sus diarios programas aportan orientación básica para los pueblos que residen en esas regiones.

COMO ES XEVA

XEVA que el viernes 14 de mayo inauguró RADIO CADENA NACIONAL, en VILLAHERMOSA, Tabasco, opera con 790 kcs., y es, como todas las del circuito, “un modelo en su genero”

Su potente transmisor Collins de 5,000 watts de su potencia, su antena cuadrangular de 130 metros de altura, sus consolas, tornamesas, micrófonos y toda la maravillosa maquinaria electrónica que mandan al éter sus mensajes de progreso, son de lo más moderno y funcional y la citada radioemisora es uno de los medios que tanta falta le estaban haciendo al Estado de Tabasco, cuya vía de progreso se presenta más anchurosa cada día.

A LA ALTURA DE UN IDEAL

Indudablemente, el pueblo de Tabasco, incluyendo a los hombros que lo gobiernan, sin palabras pero con un gran espíritu unitario y de comprensión, se ha dado entre si una cita con el destino: trabajar incansablemente por el engrandecimiento de su región. Quizá por esta razón, el Gobernador del Estado, Lic. Carlos A. Madrazo, en su último Informe de Gobierno, hizo la siguiente información:

“Gobernar Tabasco es una grave responsabilidad, por que quien tenga tal fortuna, sabe que se encuentra en el timón de un pueblo que ama el ímpetu de crear, que no retrocede ante ningún esfuerzo cuando es justo, ni ante ningún sacrificio cuando es necesario. Un pueblo

	<p>batallador y bravío, pero admirable al mismo tiempo, en su concepción ciudadana, que lo obliga a pensar y a establecer como regla en su mejor gobierno, que es mejor convencer a las gentes que vencerlas con la fuerza del poder”</p> <p>“EL ÍMPETU DE CREAR”</p> <p>A la comprensión de éste “ímpetu de crear” del pueblo de Tabasco, RADIO CADENA NACIONAL ha correspondido, instalando XEVA, RADIO TABASCO, S. A., que siempre será un medio a través del cual y con sus interesantes programas, el comercio, la industria, la agricultura, los centros científicos y culturales puedan conocer, a diario, los esfuerzos y orientaciones que aplica la ciencia para resolver los más complejos problemas, que de otra forma serían obstáculo para el progreso.</p> <p>UN SALUDO DEL BOLETÍN</p> <p>El BOLETIN RADIOFÓNICO-TV, que durante años ha venido registrando en sus columnas el progreso de desarrollo de la industria radiofónica nacional, se complace en saludar la aparición de XEVA, y felicita a RADIO CADENA NACIONAL por sus esfuerzos creadores para dar fuerza a la industria de la materia y con ello al pueblo de México.</p>
29 de diciembre	<p>“<u>Boletín radiofónico y TV</u>”, 1961 será el año de la TV Mexicana, no. 362, Época II, Año VII, México D.F., 29 de Diciembre de 1960.</p> <p><i>Sorprendente Progreso Técnico en el próximo año</i></p> <p>Nuevas señales que mejorarán la recepción en la rica región veracruzana; costosa inversión para dotar a canales provincianos de la maravilla del video tape, inauguración de nuevos canales y una sorprendente renovación de equipos serán las metas de Telesistema Mexicano para 1961.</p> <p>Así nos lo informó el Sr. Azcarraga Vidaurreta, en una charla informal, al comentar con él las declaraciones que días antes había hecho a los reporteros especializados y que constituyeron la sensación de la semana.</p> <p>Varios millones de pesos ha invertido Telesistema Mexicano en la adquisición de 14 costosas cámaras de TV; 11 de fabrica Edison y tres de EMI, que ya están en los puertos mexicanos y que se destinan a los canales metropolitanos y la provincia.</p> <p>En 1961 ya estarán en funcionamiento los nuevos equipos de grabación de “imagen y sonido” –video tape- para las televisoras de Ciudad Juárez, Nuevo León, Tampico (la antigua de Ciudad Madero) y otras.</p>

	<p>Para principios de 1961 ya se contarán, con las instalaciones del Pico de Orizaba que tendrá dos estaciones de enlace con el paso de Cortés, para enviar una imagen clarísima a las ricas zonas de la región veracruzana, como el puerto de Veracruz, Minatitlán, Acayuca, etc., donde la recepción no es, ahora, perfecta.</p> <p>Para 1961, se contarán con nuevas televisoras en Acapulco, en Mérida y en otras importantes ciudades que no disfrutaban del espectáculo electrónico, y según el señor Azcarraga, los televisores independientes tienen muchos canales disponibles para instalar televisión en ciudades como Mazatlán, Tapachula, Culiacán y Ciudad Obregón. Las declaraciones del Sr. Azcarraga Vidaurreta ante un grupo de periodistas especializados han venido a confirmar nuestras predicciones para el año que recibiremos el próximo domingo.</p> <p>El 1961 será el año de gran desarrollo de la televisión mexicana que invadirá nuevas regiones mexicanas; que renovará sus instalaciones y que promoverá una provechosa competencia entre sus canales.</p> <p>El Gerente General de TELESISMA MEXICANO, aun reconociendo que la TV mexicana es todavía un negocio de inversión, tienen fe en una gran expansión electrónica y cree que aun quedan muchas regiones que deben contar con el maravilloso espectáculo y hay libros muchos canales que deben explotarlos llamados televisores independientes. Por su parte, estos últimos se aprestan a una dura competencia en regiones o plazas claves, cuyas posibilidades descubrieron televisoras del grupo de TELESISTEMA, como Monterrey y Guadalajara donde ya tienen la XEHL-TV, del Radio Centro Tapatío de Alejandro Díaz, que está en funcionamiento y la XET-TV de la capital de Nuevo León, que pronto estará trabajando. Se asegura que los independientes tratan de conseguir un canal metropolitano y con este objeto se han formado diversos consorcios, algunos apoyados, como ciertas empresas de la provincia que entraran en el campo electrónico, por poderosos grupos de inversionistas, en los que figuran intereses de radiodifusoras norteamericanos.</p> <p>No hace muchos días se publicaron informaciones en las que aseguraba que el dinámico Presidente de RCN, Cutberto Navarro, ya contaba con un canal en la capital mexicana y el pasado viernes como si fuera un “Mensaje de Navidad”, un diario del mediodía comentaba unas declaraciones del Presidente Francisco Aguirre, en las que manifestaba su deseo de tener la concesión de un canal capitalino ya “que desde 1957, presentó la solicitud correspondiente en la Secretaria de Comunicaciones, para obtener la explotación de un canal de TV en el Distrito Federal”.</p>
--	--

	<p>Se habla de la posibilidad de que el Politécnico, la Universidad y la Secretaria de Educación, dándose cuenta de las fuertes inversiones que son necesarias para tener transmisiones que pueden conquistar un gran tele-auditorio, unirán sus fuerzas para hacer del actual canal 11, una autentica cátedra del aire y un limpio medio de los telespectadores a los canales comerciales.</p> <p>Los radiodifusores del interior también tienen puestos sus ojos en la provincia para abrir nuevos canales, según lo confirman los boletines de prensa de la Secretaria de Comunicaciones en los que se anuncian los estudios de las concesiones para nuevos canales en diversas regiones del país.</p> <p>Hasta una organización tan eficiente como Radio Programas de México parece que entra en el campo de la TV, en una forma más directa, ya que si hemos de creer ciertas informaciones, el Señor Serna Martínez Presidente de RPM, estudia la instalación de una planta de televisión en León, Guanajuato.</p> <p>El 1961 despejará muchas incógnitas y se conformarán ciertas predicciones, porque nuevos canales comenzarán a funcionar completando “la sombrilla electrónica”, los programas de video tape podrán transmitirse gracias a costosas instalaciones, en las principales regiones de la República, colocando a México en el primer lugar de la televisión de habla castellana.</p> <p><i>Los doblajes de la TV en la Nueva Ley Cinematográfica</i> Después de estar vigilante la nueva Ley de radio TV que tiene cubiertos los aspectos legales de las industrias de comunicación, entretenimiento e información se intenta incluir en la nueva Ley de la Cinematografía, que está en estudio y discusión en las Cámaras, algunos artículos que afectan directamente a los programas de la televisión.</p> <p>El artículo más discutido es el No. 4 que se refiere a los “doblajes” de películas para la TV y que es combatido por todos los televisores del país por creer que su industria ya cuenta con su propia ley.</p> <p><i>1961 el Año de la Competencia Electrónica</i> Una renovación en la programación general en los canales capitalinos para que cada canal pueda tener su propio tele-auditorio y una competencia leal, en dos o tres grandes ciudades de la república, se iniciarán en el próximo año.</p>
--	---

	<p>En los “cuarteles generales “de Televisión se hará una reorganización completa para que cada canal tenga su propia programación en la que se eviten que se junten espectáculos similares a la misma hora, como sucede con los tele teatros; o informaciones casi iguales, como esta ocurriendo con los noticieros.</p> <p>De este modo, el tele-espectador podrá disfrutar, en uno u otro canal, a determinadas horas, de sus programas favoritos.</p> <p>La competencia en la Provincia se entablará, con aspecto de lucha a muerte en Guadalajara y Monterrey y a mediados de año, en alguna ciudad importante de la frontera.</p>
--	---

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la Radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 1961

Octubre	<p>“Boletín Radiofónico y TV”, 7º Aniversario, Semana de la Radiodifusión, <i>Signo de la Época. Un Noticiero Radial que ¡ha pasado del número 30,000!</i>, año VII, No. 401, Octubre 1961, p. 101.</p> <p>Leer la breve historia del “Noticiero Radiofónico CERVEZA CARTA BLANCA” es entrar en las páginas de la vida durante más de un cuarto de siglo.</p> <p>TREINTA MIL VECES ha estado en el aire ese Noticiero. ¿Cuál ha sido su misión? La de informar a México de cuanto ocurría en el mundo. Ser lanzadas al espacio tal número de emisiones lleva en sí nada menos que la vida de la Humanidad en un intervalo de muchos años.</p> <p>El “Noticiero Radiofónico CERVEZA CARTA BLANCA” alcanzó no sólo las latitudes espaciales mexicanas sino las del Continente Americano.</p> <p><i>LA VIDA AL DIA.-</i> Multitudes que se nutrían radiofónicamente en el conocimiento de cuanto sucedía en la Tierra, estaban pendientes del noticiero. Todo estaba comprendido en él. La vida de los políticos, la de los artistas, la de cuantos intervenían prácticamente en el curso de los hechos, éstos, en toda su importancia, eran llevados al conocimiento multitudinario por medio de la radio al servicio de la CERVEZA CARTA BLANCA. Un prodigio de persistencia informativa, de serenidad en ella y de atender a detalle para, por medio, de lo aparentemente nimio, llevar a la conciencia de la gente el sentido de la sociedad de cada época.</p> <p><i>PANORAMAS.-</i> Los panoramas de la existencia mexicana tenían descripción humana en el “Noticiero Radiofónico CERVEZA CARTA BLANCA” Había “unidad en la información relativa al hombre del sureste como al de las planicies norteadas”. Hacíase un “relato fiel, sin deformaciones partidistas, del suceso de mayor</p>
---------	---

	<p>significación” muchas veces ocurrido minutos antes de conocerlo las multitudes radiofónicas.</p> <p><i>EN LA INTIMIDAD.-</i> ¿Qué significaba este colosal esfuerzo? Nada menos que llevar a lo más íntimo de los hogares las noticias que daban versión exacta de cómo eran los hombres sobresalientes de cada tiempo. Obra de expansión excepcional. Que el “Noticiero Radiofónico CERVEZA CARTA BLANCA” calaba hasta la entraña de la gente, lo demostró el ilimitado número de correspondencias enviadas en solicitud de ampliaciones, en busca de orientaciones, en deseo de conocer más una acción determinada. El “Noticiero” invadía zonas inmensas de geografía humana. Respondió el pueblo mexicano con una devoción que tenía raíces en la gratitud por el servicio que se le prestaba. Es que cada emisión era cuidada para darle no sólo la autenticidad de lo ocurrido, de lo inconfundible, sino también la depuración en el lenguaje, el buen modo en la forma, la expresión clara, por concisa, en la expresión. He aquí las razones de la confianza que inspiró el “Noticiero Radiofónico CERVEZA CARTA BLANCA”</p> <p><i>OBRA COLOSAL.-</i> El “Noticiero CERVEZA CARTA BLANCA” alcanzó la emisión Núm. TREINTA MIL, el pasado mes de julio. Es necesario detenerse un poco a considerar la cantidad, para ponerse en el punto exacto de la trascendencia informativa de treinta mil veces llegar a millones de radioyentes. Resumamos: “el Noticiero CARTA BLANCA” comenzó a enviar su mensaje informativo desde la interinidad presidencial del licenciado Portes Gil hasta esta hora, pasando por los Gobiernos del General Abelardo Rodríguez, del periodo del General Cárdenas, del que desempeñó el General Manuel Ávila Camacho, seguidamente el del licenciado Miguel Alemán, más tarde el del señor Ruiz Cortines y, por último, el del actual Presidente, licenciado Adolfo López Mateos. ¡Que inmensidad de noticias, que de tiempo dedicado a servir a las multitudes que en la soledad de su casa esperaban la voz del “Noticiero Radiofónico CERVEZA CARTA BLANCA” fue lanzado por primera vez a la inmensidad del espacio. Todo acontecimiento mexicano o mundial fue recogido en aquella breve, exacta y fiel reunión de trabajo que narra cada programa.</p> <p><i>NUMEROS.-</i> Acabamos de leer un compendio de la significación social, radiofónica e informativa del “Noticiero Radiofónico CERVEZA CARTA BLANCA”, y nos ha asombrado, con el modo moderno de expresar numéricamente la acción de alguien, se ha dicho que el hombre de América ha recibido a través del “Noticiero Radiofónico CERVEZA CARTA BLANCA”, la colosal suma de veintiséis millones de palabras, en los TREINTA MIL PROGRAMAS lanzados al espacio.</p>
--	---

	<p>¿Qué tiempo se precisa para leer esos textos? En la medida, de la lectura normal trescientos mil minutos, o sea cinco mil horas. Más resumido: 208 días.</p> <p>Esa colosal expresión del verbo requiere 180, 000 “cuartillas”, que colocadas una tras de otra cubriría cincuenta kilómetros, 12600 metros cuadrados. Dato curioso y muy dentro de lo actual: leídos los noticieros, al realizar un viaje en “jet”, el lector, distraído por lo interesante de la lectura, podría, sin darse cuenta, hacer 5 veces el viaje a la Luna.</p> <p>Comparación geográfica: el papel utilizado por una máquina de escribir para los veintiséis millones de palabras del “Noticiero Radiofónico CERVEZA CARTA BLANCA”, sería una tira blanca que uniría la ciudad de México con Acapulco.</p> <p><i>CRONISTAS DEL TRABAJO.</i>- El “Noticiero Radiofónico CERVEZA CARTA BLANCA” ha sido llamado “del trabajo”. ¿Por qué? ¿Por su labor constante de cada día, que significaba el esfuerzo de varios hombres? Quizá también por ello. Pero algo más importante llevaba en su contenido. Dar a los hombres de trabajo apremiante la ocasión de enterarse de cuanto ocurría en el mundo sin abandonar, sino por un momento, y quizá ni por un momento, su labor perentoria, inaplazable. La realizaban y estaban enterados de cuanto hecho interesante debieran conocer el hombre y hombres. Quien carecía de espacio en su acción cotidiana para leer los diarios, satisfacía su necesidad de información sin que su ritmo laboral se detuviese ni por un minuto. La información le había llegado. Si era tan trascendente que requería la ampliación de detalles, más tarde, en horas de asueto o de las destinadas al descanso, buscaría la hoja impresa que le hablase de ello.</p> <p><i>MISIÓN CUMPLIDA.</i>- Hemos hecho un relato sobrio, aunque minucioso de la significación del “Noticiero Radiofónico CERVEZA CARTA BLANCA” a lo largo de más de tres décadas de ser lanzado al espacio. Obra ingente, como hemos insinuado, que ha satisfecho la necesidad de muchos el interés de los más y ha sido un trabajo pertinaz y eficiente para que los que están agobiados por la responsabilidad de la diaria lucha no hayan perdido tiempo sino que lo ganaron por la acción profunda de “Noticiero Radiofónico CERVEZA CARTA BLANCA”.</p> <p>“<u>Boletín Radiofónico y TV</u>”, 7º Aniversario, Semana de la Radiodifusión, <i>El Dr. I. Q. no es un filántropo... Pero ha regalado más de dos millones de pesos</i>, año VII, No. 401, Octubre 1961, pp. 48-49</p>
--	---

Esta es la historia a grandes rasgos, de un hombre que ha dedicado 38 años de su vida a la radiodifusión. No tiene fama de filántropo... pero ha obsequiado 2 millones de pesos. El conoció el primer micrófono utilizado en México en una transmisión comercial. Junto con Juan y Walter C. Buchanan, fundó la estación Central de Radio Divulgación. Y fue locutor del primer “slogan” publicitario, hecho para la nevería “La Bella Italia”, durante un programa dedicado a honrar la memoria de Alfonso XIII. Nuestro personaje es el famosísimo Jorge Marrón, mejor conocido como el Doctor I. Q.

Jorge Marrón tenía todo el cabello negro cuando se inició como locutor, hace 38 años, en la “Estación Central de Radio Divulgación”, cuyas siglas, CYL, fueron las primeras en México para una radiodifusora comercial. Ahora el Doctor IQ, después de recorrer los cambios de la radiofonía, es un hombre con el cabello totalmente cano. Tal parece que su abundante cabellera blanca es un símbolo de orgullo para él. Esa transformación del negro azabache al níveo blanco, encierra toda una vida dedicada a la industria Radiofónica.

En este nuestro Séptimo Aniversario, número extraordinario dedicado a la Semana de la Radiodifusión, hemos querido charlar con él y ofrecerle un sencillo homenaje a este hombre que ha trabajado, trabaja y trabajará siempre para la radio. El no concibe una existencia fuera de los micrófonos y a ellos se ha dedicado.

Nos invita al bar para charlar en un ambiente que huele a jaiboles. Es muy amable y gran charlador, por lo que la entrevista transcurre fácilmente. El lleva la batuta cuando se retrotrae a la época de la iniciación de la radio.

“En 1923 tomé entre mis manos por primera vez un micrófono. Aquel armatoste marca “Kellog” nos daba dificultades por su tamaño, descomunal, si lo comparamos con los actuales, diminutos y prácticos”

- ¿Qué se transmitía en ese tiempo...?
- Música, mucha música. Claro que no había orquestas. Hacíamos llegar melodías al público de la CYL a través de un viejo fonógrafo cuya bocina parecida a una amapola gigantesca pegábamos al diafragma del micrófono... ¡Que tiempos aquellos!
- ¿En dónde se ubicaba aquella primera estación comercial que hubo en México?
- En una vieja casona de la Avenida Juárez; precisamente donde ahora se levantaba esbelto el edificio San Antonio.

- ¿Quién era su dueño?
- El señor Raúl Azcarraga, hermano de don Emilio.

- ¿Cuánto tiempo permaneció en la CYL?
- Dos años y en ella me tocó transmitir el primer comercial. Recuerdo que conmemorábamos en un programa la memoria de Alfonso XIII cuando recibimos pasteles y helados de la nevería. “La Bella Italia”. Entonces yo, para agradecer el gesto, improvisé unas frases y sin quererlo hice un “spot” anunciando la negociación.

- ¿Cuál fue el siguiente paso en su carrera como locutor?
- En 1925 me trasladé a la emisora cultural de la Secretaría de Educación Pública donde permanecí dos años, de los cuales, guardo gratísimos recuerdos.

Se ve que el hombre está ansioso de llegar a la fase más interesante de su vida radiofónica: aquella cuando adoptó el nombre del Doctor I. Q. y empezó a regalar carretadas de dinero; dinero que hasta la fecha sigue repartiendo, después de 20 años.

Atajamos su inquietud y le preguntamos:

- ¿Qué hizo después de dejar la emisora cultural de la SEP?
- Pasé a la XEZ, que funcionaba con capital norteamericano, de la “Vacum Oil Co.”, que se encontraba en el edificio Cidosa.

Luego estuvo en la XEB, en 1929 y 1930, para de ahí trasladarse a la XEW al año siguiente. Ahí permaneció como locutor de distintos programas hasta que, en 1941, fundó el fabuloso programa consistente en hacer preguntas al público para entregarle considerables sumas a cambio de sus respuestas.

Empezó a trabajar como el Doctor I. Q. en el cine Bucareli, en la fecha arriba anotada. Después de 20 años de preguntar las cosas más raras del mundo, Jorge Marrón ha entregado en premios metálicos la nada despreciable suma de millones de pesos.

Periodista y Dibujante por añadidura

En un paréntesis de este relato cronológico de su vida, nos dice que el periodismo siempre le ha atraído. Y como tiene facilidad para dibujar, en “Jueves de Excelsior” estuvo escribiendo e ilustrando una sección que denominó “Pluma y Lápiz de Jorge Marrón”, allá por el año de 1944.

Interesantes Estadísticas de sus Preguntas y Respuestas

El programa del Doctor I. Q. se ha mantenido en el aire durante 20 años. Hicimos un cálculo de las preguntas que ha hecho al auditorio en ese lapso y después de una multiplicación nos dice que alrededor de 27 mil 360, tomando en cuenta 24 preguntas por programa, a razón de 52 semanas por año, en 20 años.

— ¿Lleva usted un record aproximado del promedio de respuestas acertadas y fallidas?

— Es difícil. Pero anote usted que de esas 27 mil 360 preguntas que he hecho, el público ha respondido acertadamente en un 40 por ciento.

— Nos dice usted que su programa lo ha llevado por toda la República ¿Pudiera decirnos, cuál es el Estado con un índice mayor de cultura? Tomando en cuenta las respuestas a sus cuestionarios.

Y según esas mismas estadísticas personales tuyas... ¿Cuál es la población o entidad donde los valores culturales son más bajos?

— Aunque en Tlaxcala y Michoacán son entidades que tienen fama de incultas, en Laredo, Tamaulipas, me encontré con que mis cuestionarios de preguntas sencillas, difícilmente eran contestadas.

— ¿Qué deduce usted de ello?

— Que Guanajuato tiene el índice cultural más elevado de la República y Laredo, Tamaulipas, el más bajo.

La charla es muy amena; pero Jorge Marrón tiene que cumplir con un programa. Mientras tanto, ahí dejamos sus interesantes observaciones y tantas cosas que nos han dicho.

“Boletín Radiofónico y TV”, 7º Aniversario, Semana de la Radiodifusión, *Los Críticos Taurinos ante los micrófonos de Don Difi a Pepe Alameda... pasando por Sordo Noriega y Malgesto*, año VII, No. 401, Octubre 1961, pp. 102-103.

Por Flamenquillo

El amigo Fernández Aldana me pidió en éste aniversario unas líneas sobre mis recuerdos en relación con la radio y la televisión en la fiesta de los toros.

Y un pequeño juicio personal sobre los hombres que han contribuido, indudablemente, por medio de esos dos poderosos vehículos de difusión a dar mayor auge y popularidad a nuestra incomparable fiesta nacional.

Corrían los años veinte cuando el gallardo espectáculo fue por vez primera transmitido a control remoto desde la vieja plaza de toros “El Toreo”, la de La Condesa, escenario de gallardías por donde desafiaron los más famosos toreros españoles y mexicanos de varias épocas.

Fue a través de los canales de la primera estación del **Buen Tono** y en aquellos primitivos aparatos de galena que había que escuchar por medio de audífonos individuales como llegaron a nuestros oídos las primeras narraciones de fiestas de toros a través de las voces de José Jiménez Latapí “Don Dificultades” y de Enrique Arzamendi.

Hoy en día el primero de ellos hace tiempo que desapareció de este Valle de Lágrimas y el segundo vive totalmente alejado del ambiente taurino y periodístico, en algún lugar de la República.

Fue Arzamendi considerado, con justicia, el decano de los cronistas taurinos radiofónicos, aunque es posible que le haya antecedido “Don Difi” en la transmisión de esos controles remotos. Sólo que la actuación de Enrique ante los micrófonos de la radiodifusora del **Buen Tono** fue sostenida a través de muy largos años.

Entre mis recuerdos infantiles figura precisamente el de aquellas tardes domingueras de la temporada 1927-28 en plena época de la persecución religiosa del gobierno callista cuando obedeciendo al mandato paterno y sumándonos al boicot a los espectáculos que fue decretado por el pueblo católico de México, como parte de su protesta contra los acontecimientos que llenaban de sombras el panorama nacional, me tenía que conformar en unión de mis hermanos con escuchar lo que hacían en el ruedo de La Condesa toreros de aquel momento, como Enrique Torres, Martín Agüero, Antonio Posada, Luis Fuentes Bejarano, y los mexicanos Pepe Ortiz, Fermín Espinosa “Armillita”, que con sus escasos 16 años acababa de tomar la alternativa, o Juan Silveti que ese año había reaparecido en nuestros ruedos.

No muchas tardes, esto es cierto; pues nuestra infantil devoción por la fiesta de los toros pudo al fin más que cualquier otro género de consideraciones y venciendo la resistencia paterna logramos al fin ser dispensados de la tortura que para nosotros representaba escuchar a control remoto la narración de hazañas toreras y los vibrantes olés que las acompañaban, y volvimos a la plaza para gozar de nuestro espectáculo predilecto.

Don Difi y la W

El mote de “Don Dificultades”, y su sabrosa charla ante los

micrófonos cobraron actualidad resonante junto con la aparición en el ambiente radiofónico de esa catedral de la Radio en México que ha sido la XEW. Don Difi tenía una forma nueva de decir, llena de imágenes galanas y su voz, difundida a través de los más poderosos canales, se hizo rápidamente popular.

Coincide el apogeo de Don Difi, como crítico taurino radiofónico, con la aparición en los ruedos mexicanos de una figura de muy recia personalidad. La de Lorenzo Garza. Y Don Difi se distinguió precisamente por su apasionado garcismo.

Sin embargo, no fueron muchos los años en que Don Difi se sostuvo en ese primer plano como crítico radiofónico, pues aunque en el resto de su vida no abandonó nunca esa actividad, sin embargo dedicó mayor atención a su labor periodística que a la que siguió desarrollando ya ante los micrófonos de difusoras mucho menos poderosas y lógicamente con menor auditorio que la W.

El Recuerdo de Alonso Sordo Noriega

A Don Difi le substituyó ante los micrófonos de la “W”, un hombre que llena necesariamente con su nombre varias páginas de la historia de la radiodifusión en México. Se trata de Alonso Sordo Noriega.

A Alonso le criticamos los taurinos –yo no escapé a la regla y menos en aquellos años juveniles de mi apasionada iniciación como crítico– el que no fuese uno de los nuestros. Es decir, un hombre surgido de las filas de la crítica de toros. Pero era indudable que Alonso era un hombre nacido para la radio y que resultaba insuperable como fácil y ameno narrar de cualquier acto. Desde un desfile militar hasta un combate de boxeo, o una corrida de toros.

Fue además un hombre inteligente que acabó por hacer amigos en el medio taurino, haciendo que se le rindieran muchos de los que le recibieron con las espadas desenvainadas.

Surge un Astro: Paco Malgesto

A la muerte de Alonso volvió Don Difi a hacerse cargo de los controles remotos desde la plaza “El Toreo”. Pero el viejo luchador era pasional y apasionado y frecuentemente chocaba con los toreros. Una tarde del año de 1940 Fermín Espinosa Armillita se negó a actuar si ante el micrófono se encontraba don José Jiménez Latapí. Se buscó un substituto del crítico a toda prisa, y surgió de pronto la entonces casi ignorada figura de Paco Malgesto, que hacía sus primeras armas como periodista taurino en el semanario “Multitudes”. Paco fue una revelación. Don Enrique Contel, que en paz descansa, escuchó la transmisión y opinó: he aquí un hombre que sabe poco de toros, pero que ha nacido para estar siempre con el micrófono en la mano. Y su

	<p>sentido de la industria radiofónica, de las voces gratas para el público, no se había equivocado. Paco, había de ser, corriendo los años, un astro mayor, tanto en los canales de la radio como en los de la Televisión.</p> <p>El Buen Decir de Pepe Alameda</p> <p>Pero, casi a la par con Paco Malgesto comenzó a surgir otra voz especializada en temas taurinos. La del joven abogado español recién llegado por aquel entonces a tierras mexicanas como consecuencia del hondo drama que acababa de vivir La Madre Patria, Carlos Fernández Valdemoro, quien pronto dio lustre y fama al alias de “Pepe Alameda”</p> <p>Culto, inteligente, lleno de inquietudes literarias y poseedor de sólidas disciplinas culturales Pepe Alameda formó una mancuerna sólida con Paco Malgesto.</p> <p>Durante años, fue una de las mejores parejas narrando las corridas de toros, como la de Gallito y Belmonte o la de Armillita y Lorenzo Garza.</p> <p>En Alameda cautivaba el bien saber y el mejor decir; Paco resultaba el preferido de una gran masa, menos docta, más popular, que se entusiasmaba con sus frases peculiares como aquel calificativo de <i>hondo y profundo</i>, dedicado al torero de Texcoco, Silverio Pérez.</p> <p>Indudablemente a los dos debe mucho el espectáculo taurino. Porque ambos dentro de sus medios y posibilidades han sido sus mejores cantores y quienes se encargaron de darle más amplia divulgación.</p> <p>El Milagro de la TV</p> <p>La gente de toros solemos ser por razones obvias, tradicionalistas. Por ello hemos de confesar que todos miramos con cierta prevención a los controles remotos de la fiesta, por la televisión cuando surgió este últimos y magnífico invento electrónico.</p> <p>¿Cómo vamos a llevar el espectáculo más allá de la frontera circular de la plaza, para darlo gratuitamente al público? El que quiera ver toros que venga a las taquillas y pague por asistir a la fiesta.</p> <p>Sin embargo, hemos de confesar que nos equivocamos rotundamente y que la razón principal del auge económico que hoy tiene la fiesta, al grado de resultar insuficiente la plaza de México, pese a su enorme capacidad, para un público como el actual, se debe, ni más ni menos, que a la formidable publicidad que para la fiesta ha significado la televisión.</p> <p>A través de las pequeñas pantallas electrónicas se han formado</p>
--	--

	<p>millares y millares de nuevos entusiastas del viril espectáculo.</p> <p>A través de ellas, y gracias a una inteligente promoción del crítico “Don Neto”, se han desarrollado durante los últimos tiempos charlas y conferencias taurinas que han servido para orientar a las nuevas generaciones devotas de la fiesta.</p> <p>Y por ellas, van surgiendo nuevos valores en la transmisión. Ninguno de ellos aún capaz de quitar su sitio a los consagrados, pero muchos muy estimables y algunos de ellos verdadera promesa para el futuro. Entre esa “ola joven” cuentan Carlos Albert, Aurelio Pérez “Villamelón”, Víctor Manuel Esquivel y “Morenito”.</p> <p>Queda pues completado, así sea, a vuelva-puma, este breve trazo de nuestros recuerdos sobre lo que la radio y la TV han hecho en pro de nuestra bizarra fiesta nacional. El tema ciertamente merecía un estudio cuidadoso, rigurosamente histórico, y bien ordenado cronológicamente, que brindamos gustosos a los eruditos en la materia.</p> <p><u>“Boletín Radiofónico y TV”</u>, 7º Aniversario, Semana de la Radiodifusión, <i>“Cómicos ante los micrófonos: Provocar la risa... es un problema”</i>, año VII, No. 401, Octubre 1961, pp. 54-55</p> <p>Hace años, en un programa de la emisora de la XEQ, un cómico hizo su aparición bajo el mote de Sarampión, y al estar frente a los micrófonos escuchó de Manuel Medel las palabras siguientes: <i>“Lo felicito por haber escogido la carrera más difícil: la de hacer reír al público”</i></p> <p>Por estas palabras de Medel pueden darse cuenta de que no es nada fácil poder hacer un nombre dentro de la comicidad ni ante los micrófonos ni en los tablados ni mucho menos en la televisión, donde las críticas del auditorio brotan en el instante mismo.</p> <p>En la producción de los programas cómicos muchas son las dificultades que deben ser vencidas; el nerviosismo de los cómicos se hace patente, ya que los guiones exigen una sincronización perfecta.</p> <p>Bien sabido es que el auditorio se ha quejado en muchas ocasiones de la falta de repertorio de los cómicos y la culpa cae sobre éstos, cuando en verdad no la tienen, ya que sus chistes, por regla general, son hechos por escritores convocados especialmente para los programas.</p> <p>En los años que llevan de funcionar la radio y la televisión, el desfile de histriones ha sido dedicadas a la parte cómica, que es siempre bien recibida por los oyentes y los televidentes.</p>
--	---

	<p>La preparación de los programas es de mucho esfuerzo, por que en la idea de cada acto está presente el ánimo de servir a los semejantes, algo digno que haga reír.</p> <p>En la actualidad es el Chino –Daniel Herrera- uno de los actores cómicos que goza de bien ganada popularidad y su triunfo en la televisión ha sido producto de muchas horas de espera. Se ha platicado de que el cómico debe buscar el chiste sin retorcimientos, fácil para los diferentes públicos; y en cada programa, ya hecho en el aire, que quedan muchas horas de intensa preparación.</p> <p>Los radioescuchas aplaudieron hace años a Mario Moreno, Cantinflas, con excelentes guiones; después, ha venido la ausencia del mimo, por otros compromisos. Pero los productores siempre se encuentran sobre el renglón de las transmisiones en que se hilan la comicidad, las canciones y la excentricidad musical. Ha habido y hay parejas de cómicos que después de decir alguna gracejada cantan y tocan uno o varios instrumentos.</p> <p>Se han creado muchas personalidades cómicas, y para ejemplo basta citar los personajes de Don Félix Amargo, el Profesor Zamarripa, la creación de Arturo Manrique, El Panzón Panesco, hombre que durante años ha mantenido una línea de producción y de actuación dentro de la comicidad que será difícil de superar.</p> <p>Autores de una parte de sus libretos, pueden encontrar a Viruta y Capulina en todo momento listos para hacer funcionar la inspiración creativa del chiste; Tin Tan y su carnal Marcelo no triunfaron de un momento a otro sino después de muchos ensayos de acoplamiento; Borolas sabe recubrir a la experiencia teatral para salir adelante en cualquier situación; Pompín y Nacho Contla han llegado ala radio y a la televisión después de que en los tabladros de revista pasaron pruebas de fuego, al lado de Susana Cabrera, hoy solista; Chabelo fue lanzado a la conquista del auditorio con un personaje grafo a los niños; Harapos es otro de los actores teatrales que en radio ha tenido muchos aciertos, después refrendados en televisión; Regulo y Madaleno nacieron en un programa radiofónico de buen ambiente, para después cada uno de ellos buscar mejores oportunidades también como solistas; Omar Jasso es hechura de un personaje histriónico creado a su medida por Panesco; Fernando Soto, Mantequilla, ha enriquecido el elenco de muchos programas de radio y televisión, siempre con caracterizaciones aplaudidas con entusiasmo; Colucho es de los humildes, pero empeñoso; Manuel Medel, en radio dejó su inolvidable creación de Pito Pérez; Luis Manuel Pelayo encarna al Félix Amargo que todo enreda y felizmente desenreda.</p>
--	---

	<p>La radio y la televisión han sido nutridas con muchas otras actuaciones entre las que continuaremos al citar a Amparo Arozamena, una “Patiño” de muchos kilates para cualquier cómico; Delia Magaña de ascendencia teatral bien fortalecida; Sergio Corona, primero cómico y hoy comediante; Chucho Salinas, Héctor Lechuga, la incansable Kipy Casado, Manuel el Loco Valdés, Arturo Cobo, Calambres; Pomponio, Piporro, Los Tex Mex, Los Xochimilcas, el Güero Castro, Gila, Mr. Lee, Humberto Cahuich, Sergio Núñez y Falcón, Las Kúkaras, Vitola, y muchos nombres más, han hecho reír al público.</p> <p>Varios son los nombres de los cómicos que han fallecido, pero quedan en el recuerdo del auditorio que tuvo para ellos elogios y aliento.</p> <p>La animación de los programas cómicos se advierte, cuando son vivos, es decir, con público presente, por las colas que con anticipación al horario en que se transmiten se forman en las emisoras. Porque cabe decir que se ha recurrido en ocasiones a programas grabados, y el sonar de los aplausos nunca ha convencido al auditorio.</p> <p>La vivacidad de las series cómicas es indispensable. Cada uno de los actores cómicos trabaja mucha más de lo que muchos piensan, para tener siempre repertorio renovado. No todos lo consiguen, porque hacer reír a la gente es difícil.</p> <p>Las palabras de Manuel Medel, pronunciadas en aquella ocasión, encierran la verdadera historia de los cómicos. Los nombres han pasado, muchos otros vendrán y siempre tendrán el ánimo suficiente para divertirse con las personas que son capaces de llevar mensajes breves y graciosos a todos los hogares. (Héctor Alpuche)</p> <p>“<u>Boletín Radiofónico y TV</u>”, 7º Aniversario, Semana de la Radiodifusión, <i>Al Servicio de la Superación Radiofónica en México</i>, año VII, No. 401, Octubre 1961, p. 53.</p> <p>Un breve y rotundo concepto sobre “Radio Cadena Nacional”, expuesto por Don Rafael Cutberto Navarro, fundador y presidente de dicha organización radiofónica, es el siguiente: “Radio Cadena Nacional sirve a los radiodifusores y anunciantes; sirve a la sociedad; sirve al país...”</p> <p>Respondiendo a los más altos ideales de servicio, como los arriba enunciados, “Radio Cadena Nacional” agrupa actualmente un selecto grupo de 50 estaciones radiodifusoras, que transmiten desde los puntos clave del país.</p>
--	---

	<p>Aparte sus excelentes servicios, la Red RCN dispone en el Distrito Federal de una Estación Piloto: la XERCN, onda 111, con 50,000 watts de potencia. Una de las labores cumplidas más eficientemente por “Radio Cadena Nacional”, se llevó a cabo en el Sureste de la nación, zona que hoy cuenta con magníficas emisoras en sus más importantes ciudades.</p> <p>Con ágiles programaciones, eficientes sistemas de administración, más potencia en sus afiliadas, creación de nuevas emisoras donde se necesitan ante el auge radiofónico del país, “Radio Cadena Nacional”, es una organización acreditada y prestigiosa, siempre a la búsqueda de nuevas metas que conquistar.</p> <p>Don Rafael Cutberto Navarro, Fundador y Presidente de “Radio Cadena Nacional”, es originario de la industriosa ciudad de León, donde nació en 1917, y en el cual cursó sus estudios.</p> <p>Fue el entusiasta fundador de la radiodifusión en su Estado natal; inició sus actividades en 1936, en la XEKL, de León. Su licencia de locutor data de ese mismo año 1936. Luego, en 1939, fue gerente general de la XEM de Chihuahua. En 1940, tomó en arrendamiento la XEFM de León. Siempre entregado en cuerpo y alma a la Radio, en 1941 fundó la emisora XERZ, y en 1942, la XERW. Ambas estaciones leonesas, bajo la dirección del señor Cutberto Navarro, se mantuvieron constantemente en el primer lugar. Posteriormente, en 1943, fundó la XENC, de Celaya, y en 1944, la XERO, de Aguascalientes.</p> <p>Con estas emisoras, y otras importantes de Querétaro, Jalisco y Michoacán, Cutberto Navarro creó “Radio Sistema del Bajío”, una de las primeras cadenas radiofónicas que existieron en México. Las actividades de dicha organización, unidas a las de la Agencia de Publicidad que estableció para complementarla, llevaron a Don Rafael Cutberto Navarro a la misión de servir a la provincia mediante una Cadena Nacional que agrupara a las principales radiodifusoras del interior del país. Tal fue, en realidad el origen de “Radio Cadena Nacional”.</p> <p>Para la ímproba tarea de su creación, Rafael Cutberto Navarro se radicó en nuestra ciudad capital. Su dinamismo lo llevó a encargarse del Departamento de Ventas de XEX; ocupó la gerencia de la XEL, fue fundador de Radio 6.20 y se dedicó a conciliar su red de radiodifusoras de provincia.</p> <p>Así, en junio de 1948, “Radio Cadena Nacional” nació a la vida comercial, surgiendo al mismo tiempo la era de la competencia radiofónica en México, bajo un símbolo: las siglas RCN (que</p>
--	---

	<p>coinciden con las iniciales de Rafael Cutberto Navarro), y un anhelo: servir mejor.</p> <p>Tal es la historia de “Radio Cadena Nacional” y de Rafael Cutberto Navarro, su fundador y presidente, en el conjunto de la potente industria radiofónica de México, a cuyo alto prestigio contribuyeron con su dedicación y capacidad plenamente reconocidas y estimadas. “Boletín Radiofónico y TV”, 7º Aniversario, Semana de la Radiodifusión, <i>Hace 20 años 1941</i>, año VII, No. 401, Octubre 1961, pp. 42-43</p> <p><i>Para continuar con la “Síntesis Histórica de la Radiodifusión”, que se iniciará en el número especial de nuestro pasado aniversario, en ésta ocasión se rememorarán los acontecimientos de radio más importantes acaecidos precisamente HACE VEINTE AÑOS y que corresponden a una selección de notas del libro en preparación escrito con datos recopilados por nuestro director, Sr. Bonifacio Fernández Aldana.</i></p> <p><i>Por ser un libro en formación, su autor agradecerá la aportación de datos complementarios de interés, así como las aclaraciones y rectificaciones a que hubiere lugar, por posibles errores cometidos en fechas u otros datos, cosa que será de suma utilidad para una auténtica veracidad de esta “Síntesis Histórica de la Radiodifusión”.</i></p> <p>Diciembre 25.- Iba en aumento el triunfo del programa dominical “Consígase la novia, yo le pongo la casa” en XEW. Orquesta excelente y cancioneros de primera. Comenzó a radiar en onda corta, con todo éxito en la XEW. Retornaron a la Q “El Charro Gil y sus Caporales”, que regresaron de los EE. UU.</p> <p>Enero 25.- Por vez primera en la historia de la radio, un programa mexicano era preparado para la radio norteamericana. La Columbia Broadcasting System lo hizo con “Ensayo en el Aire”, que tuvo origen y desarrollo en la XEQ. Éxito indudable, en la XEB, del programa “La Serenata de la Princesa Pat” y el cuadro dramático “Eugenia Torres”. Después de tres asambleas, los días 15, 16 y 17, en las cuales se discutieron las bases para redactar los Estatutos y organizar, sobre esa base, la Cámara de la Industria de la Radiodifusión, quedó elegido su comité directivo, siendo designado presidente efectivo don Emilio Azcárraga y presidentes honorarios don Maximino Ávila Camacho y el doctor Manero.</p> <p>Hecho mencionable. La “Colgate Palmolive Peet. S. A.”, pasaba por radio siete programas diarios y uno semanal.</p> <p>Febrero 28.- Dada la situación de guerra creada entre México y Japón</p>
--	---

fueron clausuradas todas las estaciones radioexperimentales y de radioaficionados del país. En la XEW programa extraordinariamente bueno con intervención del Sr. Gutiérrez Tibón, colaborando con el señor poeta López Méndez. El diálogo entre los dos cultos comentaristas era admirable y en él explicaban documentada y pintorescamente, cuanto podía comprender el título del programa “Viajes Morfológicos”. Fue inaugurada la estación XEOY Radio Mil, en forma, con tan brillantes programas que el acto constituyó un acontecimiento radiofónico. Datos oficiales señalaron que había en México 125 estaciones de radiodifusión, 34 de ellas en el Distrito Federal. Algunas emitían con 50 mil watts de potencia y algunas hasta con 100 mil. Treinta y ocho de las estaciones, al frente de ellas la XEW, estaban afiliadas a la National Broadcasting. Dado el éxito, inigualado hasta entonces, del programa “El Que Hace la Paga”, en la XEW, las autoridades intervinieron para formar Radio Patrullas Juveniles. Veinte mil jovencitos quedaron dentro de la disciplina casi militar de la Policía.

Abril 15.- Concurrieron casi todos los productores de programas en México, a la reunión en la cual quedó formada la asociación de los mismos señores. Inicio su segunda época, en la XEQ, el programa de los “Catedráticos”, cuya duración de año y medio daba certeza de que constituía un triunfo. Destacados hombres de letras tomaron parte en la acción. La XEB, reformaba su instalación cubriendo tres salas estudio y cuatro estudios privados, además de ampliar su alcance por medio de perfeccionamiento hasta llegar a los 100 mil watts de onda larga y 10 mil en corta. Los técnicos destacaron el relieve considerable que alcanzaba entre las radiodifusoras de la provincia XEXT, de Tepic, Nayarit y, al mismo tiempo se dio cuenta oficialmente de que en Ciudad Juárez, Chihuahua, inauguraban la XELO. Anunciábase la próxima inauguración en la capital de la XELH, con potencia de mil watts en 550 kilociclos.

Abril 30.- Llegó a México el famoso compositor Oscar Strauss, que fue invitado para expandir sus palabras por 23 estaciones. Colaboración valiosa de la Comisión Consultiva de Radio para la Feria del Libro. Creó el “Periódico del Aire” y organizó un ciclo de conferencias bajo la denominación “Magazine del Aire”; instalación de una emisora de onda corta con alcance continental y preparó un “stand” del Departamento de Telecomunicación, reproduciendo con fidelidad una estación radiofónica de las que hay en México. Radio Universidad (XEUN, 860 kilociclos), hacía eminente labor semanal mediante programa diario de una hora, transmitiendo obras teatrales y óperas, “Radio Periódico Universitario”, “Sucedió en Este Día”, “Pagina Lírica” y “En el Mundo Ocurre”. El 23 de este mes las estaciones XEQ y XEQQ, unieron a la Mutual Broadcasting System y desde México se expandió un soberbio concierto retransmitiendo

	<p>por las 130 estaciones norteamericanas del sistema citado. Para lograr la transmisión hubo de verificarse el entronque de líneas mexicanas y norteamericanas más costoso hasta entonces conocido. Costó mil 100 dólares y fue todo un triunfo. En la serie “La Semana de América”, pronunció el día 20 discurso el doctor Enrique Finot. Ministro Plenipotenciario de Bolivia. Micrófonos: los dos de la Q. Terminó con un festival, en el Teatro Alameda, una serie de la “Hora de Aficionados”. El Teatro Radiofónico adquiría vigor, pues semanalmente actuaban un cuadro en la estación XEW y una compañía en la XEB. En general, se interpretaban obras del teatro romántico y, entre los autores que llamaremos modernos, las comedias de Benavente, los hermanos Quintero, Martínez Sierra y Linares Rivas. El gerente de Cadena Radio Nacional, coronel Hernández, declaró que al no poder competir con emisoras tan fuertes como las que había en la capital, procuró especializarse en transmisiones como la del discurso del Presidente Roosevelt, de los EE. UU., el del director del Banco de México, señor Villaseñor, del mensaje dirigido a todos los pueblos de América, por el Canciller Ezequiel Padilla, lo que sucedió en el Tercer Congreso de la Sociedad Agronómica de México, e incluso lograr que se escuchase en toda la extensión de nuestro país, el mensaje que el Presidente de la República, Sr. Manuel Ávila Camacho, había dirigido al de Chile en su toma de posesión. Además, Cadena Radio Nacional tenía tres buenos cuadros teatrales. Programa de servicio social el expandido diariamente por la XEJP, “La Hora de Trabajo, a sus Órdenes”.</p> <p>Mayo 21.- Hubo una transmisión emocionante, hecha por la XEQ. La entrega de las Máquinas de coser, en el Monte de Piedad, a muchas madres necesitadas. La caritativa obra se debió a la señora esposa del Presidente de la República, general Ávila Camacho. La radio transmisión tuvo perfección. Comunicación de Saltillo que se había inaugurado una emisora y que en un plazo de un mes comenzarían las pruebas de otra. También tuvo todas las excelencias la transmisión hecha por la Q del programa “Cadena de las Américas”, desde Nueva York, tomando parte en él artistas mexicanos que se hallaban en la colosal urbe. Algunos periódicos resaltaron la amplitud que alcanzaba en Puebla la radiodifusora XEHR. Mereció encomios el programa de “La Hora Nacional” en homenaje a las madres. Música selecta, intervenciones vocales de artistas nacionales y extranjeros y un discurso del Secretario de Educación Pública, Lic. Octavio Véjar Vázquez.</p> <p>Junio 1º.- Ante los micrófonos de la “Catedral de la Radio”. XEW, el Presidente de la República, general Manuel Ávila Camacho, hizo la declaración de guerra a los países del Eje. Cinco meses de angustiosa búsqueda, mediante el programa “El Busca del Ausente”, la señorita Spla Gasca, que quedó huérfana y en desamparo, al fin la XEQ logró</p>
--	--

	<p>encontrar a un tío de aquella damita único superviviente de la familia. Importante cambio en el programa, de la XEW, titulado “Programa Tabasco”. A la parte artística unió datos sobre la producción, tanto en agricultura como en industria, etc., cantidad de productos en venta y otros productos de no menos trascendencia.</p> <p>Junio 1º.- Publicación de nuevo reglamento para regir a las estaciones radiodifusoras comerciales, a las cuales se definió con estas palabras: “las destinadas a la explotación de propaganda comercial, mediante la divulgación de conferencias, programas musicales, piezas de teatro, programas de divulgación científica y artística, crónicas, informaciones deportivas y de interés general.</p> <p>Junio 20.- El famoso locutor Alonso Sordo Noriega, quedó designado Supervisor General de Informaciones Radiofónicas, por acuerdo del Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas. Comentáronse esos días las emisiones musicales de Radio Mil XEOY, con obras de Beethoven, interpretaciones del famoso Cuarteto Lenner y dirección de conciertos de la Orquesta Sinfónica Mexicana. Y un soberbio programa de la potente XEQ, con motivo de la situación creada por la guerra, sobresaliendo el discurso pronunciado por el embajador norteamericano, Mr. George Messermith.</p> <p>Julio 5.- Utilizando los micrófonos de la XEQ, el licenciado Ezequiel Padilla, canciller de nuestro país, pronunció un discurso de significado continental con motivo del 166 aniversario de la independencia de los EE.UU. Sintetizó su oración netamente americana y americanista con estas palabras: “El 4 de julio de 1776 es la fecha de las libertades humanas”. Bello programa para niños de la XEB. Lo más curioso: Que los intérpretes eran, precisamente niños. Preinauguración, si se admite el vocablo, de uno de los estudios de la nueva parte de la catedral de la radio, llamada así, la XEW. Actuaron cantantes ilustres, concurrieron personalidades de tanto relieve como Mr. Messermith, embajador de los EE.UU, con otros diplomáticos y elementos oficiales mexicanos. El señor Messermith pronunció un discurso en el cual fijó la trascendencia del acto. Ocupaba lugar de preferencia el presidente de la XEW, Don Emilio Azcárraga, con el embajador norteamericano. Notabilísima evocación guerrera transmitida por la XEQ, en la cual se comprendía desde el ataque japonés a Pearl Harbor hasta el hundimiento del petrolero mexicano “El potrero del llano”, por un submarino alemán. Dos artistas eminentes, la soprano Evangelina Magaña y el Doctor Ortíz Tirado uniéronse para transmitir por medio de la XEW. Proseguía triunfalmente sus emisiones la radiodifusora XES, de Tampico, recientemente inaugurada. Su progresión señalaba rumbos muy altos para las emisoras de provincia.</p>
--	---

	<p>Julio 17.- Sensacional acontecimiento radiofónico el acto inaugural de estudios en formidable ampliación de la colosal XEW. Dieron grandeza al hecho numerosos personajes oficiales, algunos extranjeros y el secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, Don Maximino Ávila Camacho, en representación del jefe del estado, que hizo la declaración inaugural. Congregáronse igualmente los más relevantes hombres de la radio mexicana. Don Emilio Azcárraga recibió y atendió a todos con arte propio de su gran personalidad. Discursos, hasta un representante del Sindicato Único de Trabajadores de la Música y del secretario de estado Sr. [Maximino] Ávila Camacho. Intervención de los artistas de mayor valía nacional, desfilando durante dos horas los cantantes de radio, orquestas, etcétera. Destacó la presencia de varios arquitectos, ingenieros, técnicos en acústica e ingenieros de radiofonía, los cuales quedaron admirados de la perfección de lo hecho en “la catedral de la radio”. Originalidad. Desde la entraña de una mina en San Rafael de Pachuca, la XEQ transmitió un programa. Actuó el anunciador Humberto G. Tamayo, con elocuencia y buen gusto, y cantaron las hermanas formadoras del dueto “Gotitas de agua”. No se sabe de otro programa tan singular.</p> <p>Agosto 10.- Don Emilio Azcárraga salió para Nueva York y Washington, a fin de obtener material técnico, ya que escaseaba tanto por causa de la guerra, que de no llegar en plazo de pocas semanas la industria de la radiofonía mexicana quedaría paralizada. Destacaba en estos días los programas culturales de Radio Gobernación, XEDP, con sobresalientes elementos artísticos, y uno de marionetas en la XEQ. Hizo público la XEFB de Monterrey, que había alcanzado el número de 10 mil suscriptores de su programa “Club de Hogares Felices”. Regresó de Washington Alonso Sordo Noriega, el célebre locutor e inspector general de comunicaciones, que fue únicamente a entrevistarse con el presidente de los EE.UU., Mr. Franklin D. Roosevelt.</p> <p>Agosto 25.- La SCOP ordenó que la información pública de índole general fuera transmitida por las radiodifusoras a la misma hora. Protesta general contra la disposición, que fue mantenida rigurosamente por tiempo ilimitado. Inauguróse nueva serie en las W con el tenor Ortíz Tirado, llevando como animador el popularísimo Pedro de Lille. Homenaje a Strauss en Radio Mil. Difusiones internacionales en Cadena Radio Nacional, XEFO y XEUZ. Desfile ante los micrófonos en el programa “Por un mundo libre”, de los representantes y de las relevantes personalidades de todos los estados que formaban el bloque Aliado en la guerra mundial.</p> <p>Septiembre 10.- Regresó de EE.UU. Don Emilio Azcárraga, que logró su propósito relacionado con el envío de material radiofónico, pese a las grandes dificultades con que tropezó. Se tuvo conocimiento</p>
--	--

	<p>de que la transmisión del popular programa “Doctor IQ”, se encadenaba a 64 radiodifusoras. Programa de costo elevadísimo, no solo por el hecho señalado, sino por la enorme cantidad de dinero que se repartía en premios en cada difusión. Informe, bien documentado, de que la potente emisora de Torreón, Coahuila, XEBP, logró tener más de 230 mil oyentes en la amplia y bien poblada zona de la Laguna. Días pasados celebraron su Tercero y Duodécimo aniversario las radiodifusoras CRBP [sic] de Torreón, Coahuila, y de XED de Guadalajara.</p> <p>Septiembre 23.- Tal fue el éxito del programa “La Familia González”, que en la W se le convirtió en programa visual teatralizado. En la XEQ tenía plenitud de éxito “La Hora de la Puntada”. El duodécimo aniversario de la fundación de la XEW se celebró el día 18 de septiembre y hubo fiesta excepcional en “La voz de América Latina”. Como nota curiosa de tal solemnidad señalaremos que dos pasteles gigantescos, regalados a la radiodifusora, representaban, con toda fidelidad, uno de la Torre Eiffel, y otro, el frontispicio de la casa de la emisora, con detalles que le daban la exactitud de una maqueta.</p> <p>Octubre 2.- La XEB aumentó su potencia a 100 mil watts. Clausura de la radiodifusora de Monterrey XEG por violación del reglamento de radiocomunicaciones. Un coro de 160 niños y niñas de los colegios particulares actuó en la XEQ al transmitir el XVI concierto dedicado a dichos colegios. Inauguración, en Toluca, de la XECCH. Contratos: de Gonzalo Curiel, en la Q; de “Toña la Negra” en los programas “Glostora” y de Mercedes Caraza “soprano de México”, en la propaganda de la H. Steele. Y nueva serie de los programas “Mirurgia” con intervención de Tito Guizar. Conchita Martínez volvía a la “Catedral de la radio”. “El crooner” Fernando Fernández, comenzó a intervenir en la serie “La Hora Azul del recuerdo”. La W llevó al aire “La vida de Ángela Peralta”, excelsa diva mexicana. Radio Gobernación puso en el aire en este día una dramatización denominada “Descubriendo América”.</p> <p>Octubre 31.- Celebración del IV Aniversario de la XEQ. Actos conmemorativos dignos del prestigio de la gran emisora. El Departamento de Radiocomunicación de la SCOP autorizó a 29 estaciones de la provincia, pertenecientes a Radio Programas de México, a emitir noticieros. Inauguración de una estación de onda corta de 500 watts y 95 mil 555 kilociclos de frecuencia para mejorar el servicio llamado de “La Hora Exacta”.</p> <p>Noviembre 15.- Al cumplirse el Séptimo Aniversario de la creación de la mancomunidad filipino-americana hablaron por radio los presidentes de México, Don Manuel Ávila Camacho, de EE.UU.,</p>
--	--

	<p>Franklin D. Roosevelt y de Filipinas Manuel Quezón. Se utilizó para la difícil transmisión una cadena transcontinental encabezada por la XEQ de México. Inauguración de estudios en la jalapeña XEJA.</p> <p>Noviembre 26.- Inauguración de Cadena Radio Continental, asistiendo las altas autoridades de la SCOP, generales, hombres de la banca, de las letras, artistas, etc. Fiesta brillante. Bailables, hasta la madrugada, en la torre del edificio de la radiodifusora.</p> <p>Diciembre 3.- Dos nuevas transmisiones en Radio Nacional: una titulada “Quién es quién en sociedad” y, otra “Industrias nuevas”. Ingresaron a la XEW la gran cantante Militza Korjuz y en la XEQ, el famoso caricato mexicano “Cuatezón” Beristáin. En un vigoroso impulso propagandístico las compañías de seguros iniciaron una campaña por medio de las 34 radiodifusoras que formaban la cadena XEQ. Walt Disney viajaba en avión y desde él habló para todo Centro y Sur América. Su voz la recogió en México Cadena Radio Continental. María González se presentó al público radiofónico en el programa “Delicados”. Éxito. Agustín Lara amplió su programa “Tangee”, de 15 a 30 minutos debido al éxito logrado. Los periodistas de radio designaron presidente de su organización al Secretario de Comunicaciones General Máximino Ávila Camacho. Emilio Tuero, el popularísimo “barítono de Argel”, quedó contratado en Radio Mil. Mario Moreno “Cantinflas”, comenzó a intervenir en una serie de programas que en la XEB daban los representantes de los Aliados.</p>
Octubre	<p>“<u>Boletín Radiofónico y TV</u>”, 7º Aniversario, Semana de la Radiodifusión, <i>Información al Instante de lo que Sucede al Momento</i>, año VII, No. 401, Octubre 1961, pp. 84-85.</p> <p><i>“Leer con el oído lo que se escribe con la voz, es el prodigio de la radiodifusión”, nos dice el vate Ricardo López Méndez en un artículo visionario que escribió en 1955. El Literato yucateco se convierte en aquella ocasión en el heraldo de un progreso que estamos viendo ya. La radiodifusión ha entrado de lleno a la noticia, al “comprimido informativo”. La vida al minuto en forma noticiosa es esparcida por todos los ámbitos del país. Y era eso lo que precisamente pedía López Méndez en el artículo aludido cuyo contenido es tan interesante que a continuación reproduciremos parcialmente. Pero antes queremos aclarar que sus ambiciones de hacer de la radio un órgano de información instantánea, se están realizando. Todos los días, a todas horas y en cualquier estación, escuchamos el columnismo periodístico que él predicó en 1955. Y están ahí las agencias informativas como “Informex” y “Radio Información Nacional”, como ejemplos de, lo que él llamó “leer con el oído lo que se escribe con la voz”.</i></p> <p>Decía Bernard Shaw de la ciudad de París –ese París intermediario entre las dos guerras mundiales- que era un “ogro que se alimentaba</p>

	<p>de rumores impresos”. Por Aquella época Lutecia era una ciudad de cuatro millones de habitantes, que engullía diariamente 12 millones de periódicos. Si observamos con un poco de cuidado, de detenimiento, la frase del genial dramaturgo citado, se llega a la conclusión de que todos los pueblos tienen algo de esa condición y de esa ansiedad de alimentarse de rumores. No importa que sea el hombre de la ciudad o del campo, el deseo de estar informado de lo que sucede en el país y en el mundo, es cuestión que a todos importa e interesa.</p> <p>Los tiempos han cambiado, los sistemas electrónicos perfeccionados en nuestros días han venido a dar un impulso mayor a la divulgación de noticias e ideas, y no puede negarse que el periódico impreso encuentra mayor impulso en la velocidad del periódico hablado.</p> <p>El mundo busca y alcanza metas increíbles de velocidad. Quien no comprenda esto, se va quedando a la zaga de su propia vida. No es posible permanecer por más tiempo aislado, indiferente, o bien atrasado de noticias. Donde quiera que el hombre desarrolla sus actividades, pertenece al conglomerado, quiera o no. La convivencia de los pueblos, todos, se ha hecho obligatoria, y esa convivencia se persigue incesantemente por los más poderosos. No ser una potencia en el sentido político, no quiere decir que no sea en potencia un sector comprometido dentro del común denominador histórico de los pueblos grandes y pequeños. Leer con el oído lo que se escribe con la voz es el prodigio de la radiodifusión. Y aprovechar ésta para dar más intensa difusión a las noticias y a los múltiples valores del conocimiento y de la cultura, es y debe ser, la primera ambición de la radiofonía.</p> <p>Ahora bien, tenemos que reconocer que hasta la fecha no se ha creado en el país un auténtico un auténtico periódico del aire, un verdadero periodismo radiofónico. Leer noticias ante el micrófono, propagar de una manera aislada valores de cultura, conocimientos generales, no es ni con mucho, periodismo radiofónico. Comentar sucesos e información general en cinta electromagnética retardada, equivale a lo mismo que sucede con los diarios capitalinos en algunos lugares del país, a donde llegan con atraso de 2 horas, y a veces de días. En otros términos, que nuestros medios de comunicación, incipientes aún, tienen que ser superados de alguna manera, y esta labor corresponde a la radiodifusión, a través de las ondas largas y cortas.</p> <p>Si la noticia tiene la vida del minuto en que muere como noticia propiamente hablado, ésta necesita del vehículo que con mayor velocidad la propague. Por eso a todas las radiodifusoras del interior de la República nos agradaría —es al menos mi opinión personal— recibir en condiciones óptimas de audibilidad un periódico del aire difundido en ondas cortas desde la capital de la República, para retransmitirlo en nuestra frecuencia local, y así servir mejor al</p>
--	--

	<p>auditorio.</p> <p>Las noticias difundidas desde esta capital a través de las grandes emisoras no llenan el vacío que aquí se apunta, por las heterodinas [La frecuencia producida por la mezcla de dos o más señales en un dispositivo no lineal] que las afectan y porque a ciertas horas son prácticamente inaudibles en algunas zonas de la nación. Hay que aprovechar aquí la oportunidad para afirmar que las emisoras locales están realizando una función que no es dable cumplir a las emisoras de altas potencias, por las razones que hemos considerado.</p> <p>Ahora bien, ¿cómo debe ser el periódico del aire? A mi ver, debería ser un columnismo en variedad de voces. Un gran escritor, Félix Feneón, es el creador de esta retórica denominada de “comprimimos periódicos” que vino a reducir a tres líneas lo que antes fue el arte de “inflar programas”. Ya nos hemos acostumbrado a este tipo de información que elimina la hojarasca y deja la noticia escueta y clara. El columnismo radiofónico, por su parte, permitirá conocer opinión docta en materias diversas; el reportaje radiofónico sería en dinámica, aprovechando sistemas electrónicos móviles, a cual más modernos, que no viene al caso enumerar. Las entrevistas recogidas por medio de estos sistemas en las mismas calles de las ciudades o a lomo de surco en la campiña, darían el tono de mayor interés y comprensión y, por ende, de vida en activo. Y todo esto y más, dentro de limitación del tiempo –el tiempo es factor decisivo en radio, pero sin menoscabo de la esencia periodística-. Hay una anécdota sobre esta forma de abreviar que ahora viene a cuento. Un día el Director del “Fígaro” de París, después de haber leído el original de cierta crónica, dijo al autor:</p> <p>-¡Que largo le ha salido esto!</p> <p>-Cierto (contestó el cronista), cierto... Es que no he tenido tiempo para hacerlo más corto... Pero en realidad, saber decir las cosas con menos palabras, ya es arte común en el campo de la publicidad radiofónica.</p>
--	--

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 1962

Noviembre	<p>“<u>Boletín Radiofónico y TV</u>”, <i>Repasando el Álbum de Recuerdos de la XEW</i>, año VIII, No. 458, México, D. F., Noviembre de 1962, p. 52</p> <p>REPASANDO EL ALBUM DE RECUERDOS DE LA XEW Fue el día 18 de septiembre de 1930. Por vez primera salieron voces por los micrófonos de la XEW, con destino a todos los rumbos de México. Hablaba “La voz de América Latina”. Bella frase que contenía una verdad. Fue Leopoldo Samaniego quien habló. Luego habló Ricardo López Mendoza.</p> <p>Dirigió las operaciones Leopoldo de la Rosa, como jefe de estudio. Tres nombres ligados a la historia de la radio mexicana.</p> <p>Y surgió ante los micrófonos un hombre que popularizó un seudónimo y luego adivino a las delicadas tareas de la declamación: Manuel C. Bernal. “El tío Polito”.</p> <p>¿Quién fue el primer anunciador, huésped. El que pronto adquirió fama, que perdura a través de los años: Pedro de Lille, todavía laborando en tareas de Radio y TV. Nunca perdió el matiz de alto relieve profesional. Con él José Laviada, con su “CARTA BLANCA” y con ellos una legión de elementos valiosísimos de los que unos pocos sobreviven a privilegiar glorias de la W y otros que han desaparecido en la niebla del Más Allá.</p> <p>LA PROCESION DE LOS AÑOS Treinta y dos años han transcurrido. En la X. E. W. sugirieron figuras que han llenado páginas históricas de la Radiodifusión. De los estudios de esa radioemisora saliera para la Canción, el Teatro y el Cine hombre y mujeres sobresalientes. La vida y la muerte los han arrastrado en los inasibles del tiempo. Y los otros los han sucedido hasta llegar, a los 32 años, a otra época de grandeza que se refleja vivamente en una de nuestras entrevistas en este número.</p>
-----------	--

Daremos algunos nombres...

¿Quién no recuerda a Manuel Lerdo de Tejado, con su inolvidable Orquesta Típica de Policía? ¿Y al virtuoso de la guitarra, Francisco Salinas? ¿Y al tenor Ortiz Tirado, que recorrió el mundo interpretando lo netamente mexicano? La pianista Ofelia Europa, la cantante Josefina Aguilar, los Trovadores Tamaulipecos...

¿Y Lorenzano Barcelata, compositor que ha dejado varias obras para el repertorio eterno de los cantantes nacionales? Otra figura continental Juan Arvizu, que aún hace pocos años, ya en el descenso de facultades físicas, cantaba magistralmente y deleitaba a los públicos de la Radio y la TV.

Pasaron por los micrófonos de la X. E. W., la admiradora “Marimba Chapaneca”, y Pascual Viderique, que murió en el apogeo de su carrera de violinista. Viderique y su padre, cuyos vales eran el encanto de las gentes “bien” y de las populares.

OTRAS CONSAGRACIONES

Transcurrió un año, y la X. E. W. en 1931 ya estaba en el alma de la mexicanidad. Al celebrarse el primer aniversario habíanse consagrado en la emisora “La voz de América Latina” el Trío formado por Ofelia Europa. Daniel Pérez Castañeda y el famoso cellista Francisco Reyna Reguera, con el barítono Francisco de Paula Yáñez, director artístico de la W. Y otros consagrados fueron el conjunto dirigido por el maestro Jesús M. Acuña, la soprano Carmen Aguilar, de formidable talento dramático, la contralto Elvira Luz Reyes y David Silva, barítono de condiciones extraordinarias y maestro de canto.

Todos ellos hicieron, con los antes nombrados, acto de presencia en el primer aniversario de la W. Fue un acontecimiento. Todos los artistas más conocidos y muchos entonces casi en el ánimo, lucieron sus dotes ante los micrófonos.

Tan terminante fue el triunfo que las grandes Casas industriales y comerciales, recabaron de la TV, tiempo para hacer su propaganda. Citaremos los nombres de varias de aquellas instituciones.

Compañía de Cigarros “El Águila”, Cervecería Central, Fábrica de Jabón Castillo, Casa Gasca Rojo y Compañía, Sucs., la Cervecería Cuauhtémoc, Elías Henaine, Compañía Telefónica y Telegráfica Mexicana, Cera Alarcón, Éxito y Publicidad Técnica, American Photo, Retiro y Colonia Industrial, Compañía de Luz y Fuerza de Puebla, Beick Félix y compañía, Teléfonos Ericsson, Fábricas Universales, La Fábrica Marítima...Y no queremos citar más, que

	<p>sería excesivo dar tantos nombres. Todo lo entonces poderoso quiso estar entre los nombres que a diario se emitan en la W.</p> <p>Y entre los artistas que la W hizo populares estaban los hermanos Campos, el pianista Conrado Tovar, el director de orquesta Guillermo Posada, que marchó a la Argentina y allí quedó por muchos años, la soprano María Romero...y, otros muchos. No dejemos en el olvido al maestro Genaro Núñez, que se inició en el micrófono como saxofonista y pasó a la categoría de director de banda consagrado.</p> <p>Y fue el 9 de octubre de 1930 cuando hizo una presentación en un estudio de la W el maestro Carlos Chávez, que teniendo a sus órdenes cuarenta profesores interpretó por vez primera en la Radio, el primer concierto del “Ciclo Beethoven”.</p> <p>OTROS SOBRESALIENTES</p> <p>Prosiguiendo la numeración histórica de quienes resaltaron en la W recordaremos que en la crónica de la emisora están los nombres de la soprano Tosca dal Horso, el Cuarteto Victoria, y surgió, con la rapidez de lo inesperado y brío triunfal, la soprano Sara Ortiz Tirado, que en unión de su hermano el tenor Dr. Alfonso Ortiz Tirado y el maestro Julio Gochard lograron aclamación pública.</p> <p>Fue muy celebrado el programa “Jabón Castillo” en el que actuaron la orquesta de Juan Concha, la Jarana Yucateca y el guitarrista Francisco Salinas.</p> <p>LO TAURINO</p> <p>Por vez primera el 25 de octubre de 1930, se envió al aire un programa taurino, en el cual intervinieron una “cantaora” que gustaba muchísimo, Rosita Torregrosa, el “cantaor” “El Mallorquin”, la rondalla de Lerdo de Tejada y el banderillero y guitarrista Antonio Conde.</p> <p>PROSIGUIEORN LOS TRIUNFOS</p> <p>Época de feliz recordación para la X. E. W. Los artistas aparecían cada mes, sobresaliendo los cantantes. Se nombra a los tenores Tomás Morato y Roberto Camacho, junto con la contralto Abigail Borbolla y las sopranos María Teresa Santillana, Julieta Recamier y Alicia Guajardo.</p> <p>Maruca Pérez deleitó a los radioyentes con su gracia fina y delicada en un programa de características populares y patrocinadas por la Cervecería Central.</p> <p>Otras voces salieron por los micrófonos, dándoles lustre a la vez que los cantantes ganaban celebridad: la de la soprano Estela García de</p>
--	--

	<p>Jurado.</p> <p>Por entonces, cuando Pedro Vargas hizo su primera interpretación fue la de la canción “Ódiame”, original del maestro Mario Talavera.</p> <p>Daremos, en conjunto, nombres de triunfadores, porque sería incansable enumerar los méritos de cada uno de ellos.</p> <p>En años sucesivos desfilaron por los estudios de la emisora, el bajo, del Metropolitan Opera House, Phil Colman, con el que actuaron Enrique Bretón, Ofelia Europa, Ortiz Tirado y Agustín Lara. Más tarde Velino M. Preza, el Orfeón de la Secretaría de Educación Pública, dirigido por el maestro Ángel H. Ferreiro, el cellista de nombre mundial Rubén Montiel, Carmen Corona, el cronista inglés, Isai Beliwshy, el violinista José Rocabruna, la folklorista Concepción de Michel, la soprano Marta Mirasol, el tenor Rafael Trova.</p> <p>Sobresalientes conciertos los que dio la orquesta Sinfónica, dirigida por Max Urban, que tenía como solista a la violinista Michelin Reychert.</p> <p>APARECE LA REVISTA RADIOFÓNICA</p> <p>Era necesario renovar programaciones y ofrecer algo nuevo. Lo exigía la popularidad de la emisora. Y acordose ofrecer por los micrófonos la Revista “México Rataplan”. Para dirigirla se eligió al maestro Emilio de Uranga y se sacó el escenario al tenor de Trova, del que hace poco hemos hablado. Haciendo la presentación valiéndose de un pasillo cómico original de Armando Cornejo y Ángel Rabanal.</p> <p>DESFILE DE FIGURAS</p> <p>Transcurriría los tiempos y los consagrados en los micrófonos de la W proseguían deleitando a los radioyentes, acreciendo el núcleo de artistas Ana María Fernández, el barítono Juan Navarro y el tenor José María Arzoz, surgiendo la violinistas Celia Treviño, luego concertista de fama mundial, y comenzó la popularidad de Agustín Lara, sobre todo en un programa de los días de Navidad.</p> <p>Lorenzo Barcelata, en programación de la RCA Víctor, hizo su presentación, para mucho tiempo, con los Trovadores Tamaulípecos, entre los que estaban él y Ernesto Cortazar, Peña y Gutiérrez iniciaron su labor con vals, que se hizo popular, del mencionado Barcelata. Nombre de la composición, muy del gusto de la época: “Princesita Azul”. Un día más tarde que Barcelata y sus Trovadores, debutó la soprano Paz Felpares y los últimos programas de 1930 los cubrieron Agustín Lara y la “Orquesta Midnight Ramblers”.</p> <p>UN AÑO MÁS</p>
--	---

	<p>Con las mismas características de triunfo y de aparición de artistas de todo género, pasó el año 1931. Entonces se oyó a Guty Cárdenas; se reveló el compositor José Briceño, presentándose nuevos conjuntos folklóricos como los “Cacomixtles”, “La Marimba”, que llevó como declamador a Manuel C. Bernal, La guitarra de Guty Cárdenas fue la delicia de los oyentes. Dos de sus composiciones, “Carabalí” y “Piña Madura” alcanzaron celebridad.</p> <p>Nuevos artistas líricos, el tenor Luis Manterola y la cantante Ester Álvarez. Una ópera en toda su integridad, “El trovador”, fue lanzada al espacio el 17 de enero de 1931.</p> <p>Mercedes Caraza fue codiciada en cuanto cantó ante los micrófonos, conocida en el sentido general de la popularidad.</p> <p>Luis G. Roldán, que tantos lauros alcanzó en el transcurso del tiempo, también intervino en conciertos de la W.</p> <p>¿Cómo citar a todos los que ofrecieron su arte mediante los micrófonos de la W? todos los nombrados formaban parte de un inmenso elenco peculiar de la radioemisora. Se les unía paulatinamente, otros artistas, nuevas Orquestas, que daban a conocer lo lírico y las óperas y canciones románticas de compositores nacionales y extranjeros.</p> <p>Puestos, tríos y canciones y cancioneros, aisladamente aumentaban el acerbo artístico. Comenzó a predominar lo “ranchero”.</p> <p>LLEGÓ EL DRAMA</p> <p>No podía prescindirse de algo teatral, que en aquellos tiempos tenía adeptos en número ilimitado y apasionadamente. Fue el 2 de noviembre de 1932 cuando se representó “Don Juan Tenorio” en uno de los estudios de la W, causando sensación. La compañía actuante fue la dirigida por Julio Tabeada.</p> <p>Más tarde otras óperas, la Sinfónica Femenina, la orquesta del maestro Ángel H. Ferreiro, la Banda del maestro Gerardo Núñez. Celebración triunfal de otro aniversario. Diéronse a conocer obras inéditas de varios compositores. En toda su popularidad “El Tío Polito”, más dramas, aumento de la nombrada Lara.</p> <p>Y ASÍ DURANTE MUCHOS AÑOS</p> <p>No varió la trayectoria de la X. E. W. Los años pasaban con su suavidad inaprensible y los artistas se renovaban. Algunos, que han</p>
--	--

llegado hasta la proximidad de nuestros días, obtuvieron fama que les llenó de honores y de dinero. Por fortuna, todos nuestros lectores conocen a los que han sobrevivido con una legión heroica de los tiempos de Oro de la W.

INFLUENCIA DE LA EMISORA

Sólo por cumplimiento de un deber histórico, para que la crónica de hoy sea un documento en el porvenir diremos que la X. E. W. alcanzó tanta autoridad que ejerció influencia hondísima en la vida artística nacional. Renovó procedimientos de los artistas, hizo que la publicidad adquiriese nuevo impulso, logró que los elementos oficiales le diesen un crédito singular, valiéndose de ella para muchos fines de orden nacional, y sirvió de pedestal a muchos que no lo olvidaron y siguen sintiendo por ella admiraciones rebosantes de cariño.

Esas renovaciones señalaban la inteligentísima dirección que se dio y se da la W. En los periódicos adecuados, atentos los ejecutivos a las normas de cada época, ese a la rapidez con que se suceden los acontecimientos, la radiodifusora ha servidote vehículo a lo artístico, en todas sus gamas, poco a poco, hasta llegar a mucho, lo informativo y si hace unos años las orquestas, los cancioneros y otras expresiones ganaron la admiración pública y llenaron los programas de la W. E. W. hemos visto cómo la flexibilidad impuesta por la inteligencia, ha llegado hasta días, como los actuales, en que sus micrófonos viajan por todo el mundo ocupan un lugar por las expresiones políticas gubernamentales, envían la voz desde tierras tan remotas que hasta hace poco eran incógnitas para nosotros, hasta el Vaticano, estos mismos días, llegan las voces graves y solemnes de quienes intervienen en un Congreso Ecuménico que “hace” historia en el mundo.

También impuso normas modernas de los métodos publicitarios, labora intensamente por la cultura del país y tiene mayor penetración que nunca hasta lugares mínimos de nuestro territorio. El XXXII aniversario, celebrado hace pocos meses, sirvió para reacreditar las modalidades radiofónicas, logradas con la posible perfección técnica e intelectual, reconocidas por millares de visitantes que felicitaron a quienes dirigen la obra gigantesca de una difusora que tiene puesto de honor en la vida de México por su historia no sólo industrial sino artística y aún de índole cultural y de nuestra propia vida en todas sus significaciones.

Alpuche, Héctor, “El Sentido Mexicanista de la Radio Metropolitana”, año VIII, No. 458, México, D. F., Noviembre de 1962, p. 117

EL SENTIDO MEXICANISTA DE LA RADIO METROPOLITANA

Cada día convence más al auditorio el sentido mexicanista que se imprime a las emisoras, que algún día alguien comenzó a llamar pequeñas pero que en verdad no lo son, porque en la medida de sus posibilidades y cada vez con mayores impulsos, sirven a todos por igual. Y los sirven sobre la base de programaciones en las que se advierte mucha musicalidad, bien equilibrada con la labor informativa.

Cada una de las emisoras ha logrado crear su propio auditorio, debido a los esfuerzos de los directivos, que ahora es verdad, trabajan incansablemente para que las metas que se trazan lleguen a ser alcanzadas.

Basta que cualquier simple observador mueva la aguja del cuadrante, para, sin kilociclaje ascendente o descendente, encuentre en la XEMC, XEDA, XEMX, XERH, XESM, XEFR, XEL, XELA, XEBS, XEAI, Radio Éxitos, Núcleo Radio Mil, Radio Centro, 660, Radio Satélite, Radio Chapultepec, y, perdón si alguna queda fuera, programas que desde temprana hora están en el aire bien producidos.

En los Tres Puntos de Oro, XEQ, XEB y XEDF, la labor es fecunda. Cada una de las emisoras tiene un sello propio, y ya el escucha puede identificarlas sin siquiera escuchar las siglas al sonar las campanas. Así también sucede lo mismo con la gama de estaciones que trabajan en la capital.

Sucede algo muy importante, y es que, a través del tiempo, las voces de los anunciadores se han hecho familiares. Basta la voz para saber de quien se trata.

Pero, volvemos al punto inicial. Es digno de elogio el trabajo que se hace en estas estaciones. Hace mucho tiempo que se dice que la radio debe tener un sello mexicanista, pero en las programaciones fue lo primero que se olvidó. Se dio preferencia a cosas extrañas, que, sin más ni más, dieron como resultado el que emisoras que contaban con excelente auditorio lo perdieran en forma rápida.

La gente del pueblo es afecta a tener sintonizado su aparato en determinada estación, y solamente cambia la frecuencia por causas muy particulares, como son las transmisiones deportivas especiales que hace alguna. Pero, en lo general, prefiere escuchar el tipo de programación que se acomoda a su forma de actuar y a escuchar las voces que le son familiares, aun cuando casi siempre desconoce el nombre del locutor.

Durante tanto tiempo perdido, muchas estaciones probaron y probaron

programación tras programación, sin llegara fijar la deseada. Se daban cuenta de lo que empezaba bien terminaba mal. Bastó la sencilla fórmula de aumentar el número de melodías mexianistas en sus diferentes tipos y de hacer referencia en los noticieros a los acontecimientos nacionales. De inmediato se advirtió la reacción entre el público. Las emisoras cobraron nuevas fuerzas, y con bastante sensatez los dirigentes se olvidaron de las tremendas campañas de regalos que fueron señuelo para pescar auditorio, que por la misma razón del engaño al que fue sujeto no era auditorio permanente.

En cuanto terminaba la campaña de regalos, cada persona volvía a sintonizar la emisora de su preferencia. Es decir que lo que hacían algunas emisoras, era alquilar por algunas horas el interés de los escuchas, pero demostraban la incapacidad para mantenerlo.

La gran recuperación

Ante esta situación, ya por fortuna sobrepasada, el auditorio pensó que tendría más remedio que continuar pegado al radio en esa forma. En un ir y venir de aquí para allá en el cuadrante, sin esperanzas de que, mejoría de la programación efectivamente tuviera lo que se nombra una estación preferida. Muy natural es que las estaciones realizaran sus campañas de promoción publicitaria, pero la base estaba precisamente en la programación. En el equilibrio que muchas veces se les escapó de las manos a los dirigentes.

Bien lo decía un radiodifusor de buen nombre: en la capital hay auditorio suficiente para el número de estaciones que funciona. Las estaciones se han definido en forma notoria, y esto, repetimos, es digno de sencillo elogio. Las personas han encontrado en la diversidad de programaciones de aliento poderoso en el sentido de la mexicanidad. Esa es la música que gusta en mayor grado.

En cuanto a los noticieros, se han colocado, ya sin amarillismo, en un primer plano. Las personas prestan atención a las informaciones que se ofrecen, debidamente comprobadas y bien elaboradas. Se realiza dentro de cada una de las estaciones el trabajo que durante mucho tiempo pareció perderse. Ciertamente es que hay competencia, y esto no es para asustar a nadie, ni que para nadie presuma de ser el mejor. El auditorio es al fin y al cabo al que sitúa a las emisoras dentro de su preferencia y nada más.

Pero se advierte claramente que el auditorio se encuentra bien repartido, gracias a los esfuerzos de cada dirigente. El sentido mexicanista en la música y en la información, da los mejores frutos para la radiodifusión capitalina. Todos cumplen con el deber impuesto y a la medida, cada día creciente, de hacer una radio más adecuada a nuestros espíritus.

“Boletín Radiofónico y TV”, *La Radio no tiene limites*, año VIII, No. 458, México, D. F., Noviembre de 1962, p. 116

La Radio no tiene limites

Esta frase se ha venido usando con tanta frecuencia, que para muchos se ha convertido en algo que por sabido se calla. Sin embargo, el fenomenal desarrollo del Radio en todos los países del mundo, da a esta frase axiomática una nueva importancia derivada de lo que para millones de personas en todas las regiones de la tierra representa el Radio como medio publicitario y, en particular, como elemento en todas las comunicaciones humanas.

De acuerdo con una estadística reciente, México ocupa el decimosegundo lugar entre los países con mayor número de radio-hogares, con cuatro millones y medio de receptores funcionando de frontera a frontera, de costa a costa. La China Comunista, con una extensión territorial varias veces más grande que México y con un número infinitamente mayor de habitantes, tiene también cuatro millones y medio de radio-hogares. Esta comparación, es por si solo, muy elocuente.

México es uno de los países con más vigorosa tradición radiofónica, no sólo por la edad que entre nosotros tiene el Radio, sino por los derroteros que aquí se le han marcado, para ejemplo de otros países y para su substancial mejoramiento.

México tuvo una radioemisora cuando en muchos otros lugares de América Latina era todavía un curioso invento no comprendido enteramente. Igualmente en México se dio al radio una legislación que se encuentra entre las más avanzadas del mundo y actualmente tiene una estatura comercial y creativa que difícilmente encuentra paralelo en otros países del orbe.

Las características geográficas del país dieron a la Radio la oportunidad de convertirse en “El gran comunicador”.

Y así lo encontramos, actualmente, sirviendo en muchos casos de único medio de comunicación en lugares apartados, en zonas montañosas o desérticas, en poblados en medio de las selvas impenetrables del sureste de nuestra Patria, hasta donde ningún otro medio publicitario puede abrirse camino.

A los sitios más remotos llega el radio en su incansable labor vendedora, con su enorme caudal de entretenimiento.

En realidad no hay otro calificativo mejor que “incansable” para el radio, si tomamos en cuenta que es el único medio de comunicación publicitaria que puede permanecer al lado del consumidor durante las veinticuatro horas del día, siempre ágil, ameno, novedoso e interesante.

Mucho antes de que se fundaran la mayoría de los otros

	<p>medios publicitarios en el interior de la República, la radio ya se encontraba en poblaciones menores de la provincia, llevando hasta ahí diversión y estímulo comercial. La radio es, consecuentemente, un veterano en México.</p> <p>Hoy lo encontramos más ágil, más completo, más ambicioso y más fuerte que nunca, en su más absoluta condición de medio publicitario sin límites. En las ciudades de primera importancia, se le encuentra en todas las clases sociales, desde la mansión aristocrática hasta la habitación más humilde. El precio del radio-receptor en México es uno de los más bajos del mundo: 159 pesos, el modelo de mesa. Esto le ha permitido no solamente llegar a las clases sociales más débiles económicamente, sino multiplicarse dentro de las casa, desde la cocina, hasta la recámara.</p> <p>Con la llegada del transistor, el radio se ha liberado del cordón eléctrico y hoy lo encontramos en el camión, en el jardín, en la bicicleta, en el tranvía. Ya no le limita el enchufe; llega a la playa lo mismo que a la montaña. A diferencia de todos los demás medios publicitarios, el radio es el único que puede acompañar a una persona en su automóvil, en su casa o fuera de ella. Y a diferencia de todos los demás medios también, el radio no tiene limitaciones de espacio, color, diseño o elemento humano.</p> <p>Es más espectacular que el cine, circula más aprisa que lo impreso, no necesita escenarios, luces o muchedumbres para revelar imágenes sin límites a la mente humana. En el terreno de la novela, del control remoto, de la noticia, de la música o de la educación, la radio no tiene límites. Es el vendedor incansable que está constantemente hablándole al oído al consumidor, de infinita flexibilidad y cambiante personalidad. La radio no tiene límites.</p>
Noviembre	<p>Alpuche, Héctor, <i>“El sentido Mexicanista de la Radio Metropolitana”</i>, año VIII, No. 458, México, D. F., , p. 117</p> <p>Cada día convence más al auditorio el sentido mexicanista que se imprime a las emisoras, que algún día alguien comenzó a llamar pequeñas pero que en verdad no lo son, porque en la medida de sus posibilidades y cada vez con mayores impulsos, sirven a todos por igual. Y los sirven sobre la base de programaciones en las que se advierte mucha musicalidad, bien equilibrada con la labor informativa.</p> <p>Cada una de las emisoras ha logrado crear su propio auditorio, debido a los esfuerzos de los directivos, que ahora es verdad, trabajan incansablemente para que las metas que se trazan lleguen a ser alcanzadas.</p> <p>Basta que cualquier simple observador mueva la aguja del cuadrante, para, sin kilociclaje ascendente o descendente, encuentre en la XEMC,</p>

	<p>XEDA, XEMX, XERH, XESM, XEFR, XEL, XELA, XEBS, XEAI, Radio Éxitos, Núcleo Radio Mil, Radio Centro, 660, Radio Satélite, Radio Chapultepec, y, perdón si alguna queda fuera, programas que desde temprana hora están en el aire bien producidos.</p> <p>En los Tres Puntos de Oro, XEQ, XEB y XEDF, la labor es fecunda. Cada una de las emisoras tiene un sello propio, y ya el escucha puede identificarlas sin siquiera escuchar las siglas al sonar las campanas. Así también sucede lo mismo con la gama de estaciones que trabajan en la capital.</p> <p>Sucede algo muy importante, y es que, a través del tiempo, las voces de los anunciadores se han hecho familiares. Basta la voz para saber de quien se trata.</p> <p>Pero, volvemos al punto inicial. Es digno de elogio el trabajo que se hace en estas estaciones. Hace mucho tiempo que se dice que la radio debe tener un sello mexicanista, pero en las programaciones fue lo primero que se olvidó. Se dio preferencia a cosas extrañas, que, sin más ni más, dieron como resultado el que emisoras que contaban con excelente auditorio lo perdieran en forma rápida.</p> <p>La gente del pueblo es afecta a tener sintonizado su aparato en determinada estación, y solamente cambia la frecuencia por causas muy particulares, como son las transmisiones deportivas especiales que hace alguna. Pero, en lo general, prefiere escuchar el tipo de programación que se acomoda a su forma de actuar y a escuchar las voces que le son familiares, aun cuando casi siempre desconoce el nombre del locutor.</p> <p>Durante tanto tiempo perdido, muchas estaciones probaron y probaron programación tras programación, sin llegara fijar la deseada. Se daban cuenta de lo que empezaba bien terminaba mal. Bastó la sencilla fórmula de aumentar el número de melodías mexicanistas en sus diferentes tipos y de hacer referencia en los noticieros a los acontecimientos nacionales. De inmediato se advirtió la reacción entre el público. Las emisoras cobraron nuevas fuerzas, y con bastante sensatez los dirigentes se olvidaron de las tremendas campañas de regalos que fueron señuelo para pescar auditorio, que por la misma razón del engaño al que fue sujeto no era auditorio permanente.</p> <p>En cuanto terminaba la campaña de regalos, cada persona volvía a sintonizar la emisora de su preferencia. Es decir que lo que hacían algunas emisoras, era alquilar por algunas horas el interés de los escuchas, pero demostraban la incapacidad para mantenerlo.</p> <p><i>La gran recuperación</i></p>
--	--

	<p>Ante esta situación, ya por fortuna sobrepasada, el auditorio pensó que tendría más remedio que continuar pegado al radio en esa forma. En un ir y venir de aquí para allá en el cuadrante, sin esperanzas de que, mejoría de la programación efectivamente tuviera lo que se nombra una estación preferida. Muy natural es que las estaciones realizaran sus campañas de promoción publicitaria, pero la base estaba precisamente en la programación. En el equilibrio que muchas veces se les escapó de las manos a los dirigentes.</p> <p>Bien lo decía un radiodifusor de buen nombre: en la capital hay auditorio suficiente para el número de estaciones que funciona. Las estaciones se han definido en forma notoria, y esto, repetimos, es digno de sencillo elogio. Las personas han encontrado en la diversidad de programaciones de aliento poderoso en el sentido de la mexicanidad. Esa es la música que gusta en mayor grado.</p> <p>En cuanto a los noticieros, se han colocado, ya sin amarillismo, en un primer plano. Las personas prestan atención a las informaciones que se ofrecen, debidamente comprobadas y bien elaboradas. Se realiza dentro de cada una de las estaciones el trabajo que durante mucho tiempo pareció perderse. Ciertamente es que hay competencia, y esto no es para asustar a nadie, ni que para nadie presuma de ser el mejor. El auditorio es al fin y al cabo al que sitúa a las emisoras dentro de su preferencia y nada más.</p> <p>Pero se advierte claramente que el auditorio se encuentra bien repartido, gracias a los esfuerzos de cada dirigente. El sentido mexicanista en la música y en la información, da los mejores frutos para la radiodifusión capitalina. Todos cumplen con el deber impuesto y a la medida, cada día creciente, de hacer una radio más adecuada a nuestros espíritus.</p> <p>Salas, Luis Gerardo, <i>“El Universo de la Radio. Con la música por dentro. Otoño de 1996”</i>, Vol. 1, No. 3, pp. 28-33.</p> <p><i>(Ensayos)</i> <i>Por los vericuetos de la radio juvenil</i></p> <p>Cuando en 1984 surgió Rock 101 al aire, nunca imaginé la importancia que iba a tener la emisora en mi vida. Si bien era cierto que llevaba cinco años cerca de la radio, nunca había vivido con tanta proximidad la importante penetración e influencia del medio a través de un concepto.</p> <p>En 1979 me había acercado al Núcleo Radio Mil para trabajar por primera vez en mi vida. Estaba en el verano anterior a mi tercer año de preparatoria y convencido de estudiar arquitectura. Sin embargo, la</p>
--	---

	<p>cercanía a gente embelesada por la radio me fue atrapando y enamorando. Lo que iba a ser un trabajo temporal de verano se convirtió en un trabajo de medio tiempo que alternaba con mi tercero de preparatoria, que obviamente vio alterado su curso para enfocarse al estudio de la comunicación. Para el verano de 1980, después de haber tenido la experiencia laboral de un año cerca de la producción y la programación de radio, renuncié para dedicarme íntegramente a mis estudios en la Universidad Iberoamericana.</p> <p>En ese primer acercamiento a la radio descubrí el valor fundamental de la creatividad a través de Sergio Rod, la importancia en el balance de una programación vía Bolívar Domínguez y la entrega y dedicación que exige el medio por parte del Sr. Carlos Flores y del Lic. Guillermo Salas Peyro, quien constantemente me recordaba que “en este negocio no hace falta estar loco...pero ayuda”.</p> <p>En ese año aprendí la forma de la programación y ensayé lo que después serían los domingos de “Idea Musical”. Comencé a aplicar lo que sería la semilla del concepto Rock 101 a través de la mezcla perfecta de ritmos y de tiempos que lograran dar una cadencia atrapante al sonido de una emisora, e hice mis primeros contactos con la industria discográfica. Recuerdo hacer platicado con Miguel Bosé en su primer viaje como cantante a México, cuando seis muchachas fueron las únicas que se acercaron a pedirle autógrafo. Sentados en la oficina Bolívar Domínguez estuvimos platicando un buen rato en lo que llegaba la hora de su entrevista.</p> <p>Recuerdo perfectamente las llegadas matutinas de Sergio Rod, siempre con alguna idea nueva para una campaña de Núcleo México, para una campaña en apoyo las ventas de las emisoras, alguna idea que mejoraba las transmisiones cotidianas de Radio Onda, o que reforzara la presencia de los locutores en Radio Sinfonola.</p> <p>Mi primera asignación fue monitorear. Llegaba a las nueve de la mañana y me sentaba en un escritorio a escuchar las dos o tres emisoras del mismo formato durante todo el día, hasta las siete de la noche. Así escuchaba al mismo tiempo Radio Éxitos, Radio Capital y La Pantera. Anotaba todo lo que ocurría: anuncios, promocionales, campañas especiales, canciones, comentarios de los locutores, premios, etc. La FM todavía no se concebía con la fuerza comercial con que después sería descubierta y la competencia fuerte estaba en las emisoras de AM.</p> <p>Por mi parte yo escuchaba Radio Hits desde niño, y me acuerdo con extraordinaria claridad de Radio Maranata, Stereo Rey, de Stereo Cien, de WFM en la era inolvidable de Mario Vargas. De Radio Amistad con su corito, de FM-FO y de Imagen, así como de Radio</p>
--	--

	<p>Joya y su indiscutible nexo a olor de cabello cortado, sonido de tijera y un cilindro de rayas ascendentes rojas, blancas y azules. No sé por qué, pero Radio Joya era algo así como la emisora de todas y cada una de las peluquerías de México.</p> <p>Así cuando tuve mi primer acercamiento en forma con una emisora real, Sonomil 101, trataba invariablemente de repetir los momentos gloriosos que tenía guardados en mi memoria, a través de la música, de la continuidad de la estación, de la mejor operación técnica, del mejoramiento del sonido, de eliminar los elementos que estorbaran, de recrear los sonidos de calidad que tenía en mi memoria. La emisora en aquel entonces —como todas las emisoras de FM— era totalmente automatizada y su equipo consistía en carruseles que se programaban para la transmisión de anuncios, identificaciones y canciones. Un locutor venía todos los días y grababa las partes necesarias de la estación —en el caso de Sonomil era Sergio Villareal. Las programaciones se hacían a través de unas tarjetas de colores en donde se congregaban los diferentes grupos de la estación. Se barajaban y se acomodaban de acuerdo a un patrón preestablecido que le daba a la estación el nivel de repetición esperado. Así fue como yo programé por primera vez una estación de radio. Sentado en el escritorio de Bolívar, con mis montoncitos de tarjetas, y poniendo cada número de cada canción en los cuadritos de las hojas de programación.</p> <p>Para 1982, a la salida de Bolívar Domínguez y Sergio Rod hacia Radio Cañón, a donde llevaron su programa de “Batas, Pijamas y Pantuflas”, consideré que se abría una nueva oportunidad de trabajo, sobre todo dado que la universidad no era tan demandante como yo creía y que bien sentía que yo que podía aprovechar mejor el tiempo y aprender más, trabajando medio tiempo. Presenté un proyecto para la programación de Sonomil y me dieron la oportunidad de ingresar nuevamente al NRM como asistente del entonces Director de Radio 90 y de Sonomil 101, Alfonso Larriva, en abril de 1982. Para junio de ese año me dieron la Dirección Artística de Sonomil.</p> <p>En aquel entonces, la radio juvenil era impensable. Estaba regida por viejos cánones que la mayor de las veces se basaban en la ley del mínimo esfuerzo. El único personal de una emisora de radio era el Director Artístico, sus locutores, sus operadores y punto. Los conceptos de productores, guionistas, conductores, colaboradores, etc., eran inexistentes. Además, la música que se tocaba era únicamente la que proveían las compañías disqueras. México era otro país. Cualquier joven de entre 18 y 25 años era estigmatizado por sólo el hecho de ser joven. En las tiendas departamentales, el concepto de ropa para jóvenes era el de la ropa para adultos en tallas más chicas. No había la posibilidad de conectarse con el mundo por ninguna vía. Cablevisión tenía una cobertura muy restringida, las revistas importadas aparecían</p>
--	---

	<p>de vez en cuando en las tiendas, los discos importados llegaban esporádicamente y a ciertas tiendas en especial, las películas a veces tenían hasta seis meses de retraso en llegar a nuestro país y, obviamente, había una gran cantidad de música que los jóvenes de México ni nos imaginábamos que existía.</p> <p>Durante todo ese año de 1982 y hasta el verano del '83 traté de encontrar el camino hacia la creación de un concepto que lograra romper con los moldes impuestos con que trabajábamos todos en la radio. Querían lograr una estación que sonara diferente, que realmente fuera nueva para el público juvenil, que pudiera salirse de los esquemas planteados.</p> <p>Y todo comenzó el primero de junio de 1983 cuando, para celebrar el 20 aniversario de la aparición oficial de los Rolling Stones en este mundo, hice un programa llamado Sonorock 9, en donde se desarrolló la biografía y musicografía del grupo a lo largo de 30 capítulos de una hora cada uno, que se transmitían de lunes a viernes. El programa tenía un guión, una estructura y una idea diferente a lo que hacíamos normalmente en la estación —que no era otra cosa más que poner música. Su impacto fue inmediato. Llegaron cartas, llamadas, comentarios sobre lo interesante del programa. Tal fue el éxito que continué con los Doors, luego los Scorpions y, para septiembre de ese año, con el programa de los Beatles. Simultáneamente comenzaron a aparecer discos extraordinarios de grupos tan raros como Talking Heads, U2, Duran Duran, que tenían un sonido rarísimo para ese momento musical en México, que se encontraba dominado por el <i>High energy</i>. A través de un grupo reducido de gente que tenía la oportunidad de viajar y encontrarse con esos discos, poco a poco las canciones de esos grupos eran pirateadas en cassettes que cada vez viajaban más kilómetros a la redonda. Invariablemente, la idea de una emisora juvenil era todavía más antojable y desafiante. Algo estaba funcionando mal e impedía aprovechar la oportunidad que tenían los medios para satisfacer a su público, mismo que recurría a redes de comunicación informales para saciar su anhelo de descubrir de nuevas ideas.</p> <p>Para enero de 1984, la emisora se encontraba en plena ebullición creativa. Le quité nombre de Sonomil y sólo dejé el número identificativo. La música de catálogo comenzó a aparecer como “Idea Musical”, acompañada de una explicación sensacional —más que pedagógica— de la música y que incluía el nombre de la canción en inglés y en español, el nombre del álbum, el año de producción, el nombre del productor y una referencia a su importancia histórica. En medio de cada corte comercial, y como elemento que tratara de retener al auditorio hasta la siguiente canción, saqué unos pequeños comentarios —las famosas cápsulas— que se referían a “de todo un</p>
--	--

	<p>poco”. Comentarios de tinte editorial, de formación musical, de observaciones sobre los grupos y la música; un espacio que, con el paso del tiempo, fue cobrando su propia identidad hasta hacerse algo de fundamental importancia en el carácter editorial de la estación. El objetivo era llegar al momento en que se le diera la vuelta a asuntos basados en la exposición de la música más importante de la segunda mitad del siglo XX y procurar que fuera el distintivo de nuestro carácter, mismo que representaba toda una ideología: Rock 101.</p> <p>El momento fue el primer aniversario de Sonorock 9. El primero de junio de 1984, al mismo tiempo que celebrábamos un año de haber transmitido el especial de los Rolling Stones, salió al aire Rock 101, apoyada por auto-promocionales que crearon un nuevo lenguaje en la radio juvenil y que anunciaban los valores de la estación desde una perspectiva creativa que rompiera el esquema de la radio convencional y que fueron los portaestandartes de la esencia de la emisora.</p> <p>Rock 101 fue un concepto global respetuoso de cada uno de los elementos que componen una emisora de radio,, sobre todo partiendo de asumir el compromiso —que no el privilegio— del liderazgo de la opinión y con la idea siempre clara de un respeto absoluto a cada radioescucha.</p> <p>A doce años, México es ahora otro país que ha logrado librarse de ciertos estigmas que de alguna manera fueron abolidos con un poco de nuestra ayuda. Conjuntamente con la evolución del país, Rock 101 fue transformándose y adecuándose a los nuevos tiempos de apertura, de independencia, de pensamiento y de bombardeo de información. Como estación de radio estuvimos en la nave nodriza del cambio de nuestro México a lo largo de una década en donde crecimos con la sociedad que nos seguía, nos exigía, nos emulaba y estimulaba a desarrollar aún más el concepto de una emisora que siempre será historia dentro de la radio mexicana.</p> <p>Creo que la desaparición de la estación es un ejemplo de la autocomplacencia que se respira en la radio juvenil de la ciudad de México. Hoy en día es una radio aburrida que se engolosina en la comunicación de una vía que satisface al creador del mensaje, so al radioescucha. Es una radio banal que perdió en el camino el carácter transformador que nos caracterizó en los ochenta junto con WFM. Enfrascada en un abuso del culto a la personalidad y en un ejercicio insípido de libertad de expresión, las facilidades de una nueva generación parece que son desaprovechadas con la impunidad del que las sabe seguras. Y tal vez es eso lo que más extraño de aquella radio, el desafío constante a los valores establecidos que nos exigía una inteligencia y astucia muy cuidadosas, que redundaban en mensajes de contenido creativo maravilloso y que escondía en el fondo y la forma la intención real de lo que hablábamos. Creo que la</p>
--	---

	<p>radio juvenil de hoy ha dejado de ser propositiva y se ha perdido en el laberinto eterno de culpar al público del mal gusto de sus transmisiones, sin saber que en el fondo, lo que todos buscan es un líder de opinión, que realmente lo sea desde una posición lejos de la arrogancia con la que se desenvuelven hoy en día los jóvenes locutores de radio.</p> <p>Sun embargo, creo en la radio y en su poder infinito de creatividad y convocatoria. Estoy convencido que las posibilidades de cambio están a la vuelta de la esquina ya que, además, es un medio noble y bondadoso. Lo único que necesita es saber hablarle, acercársele y convivir en armonía con su increíble fuerza y poder.</p> <p>El desafío no debe ser interpretado como un ataque que requiere un combate de retóricas inútiles, sino como un inspirado netamente en la creatividad y en el reto de producir nuevas ideas, nuevos modelos que compitan eficientemente y que ayuden a la evolución general de la radio. Tal vez como en aquel momento nosotros heredamos una cultura radiofónica de la cual aprendimos a hacer lo que hicimos, hoy nos toca a nosotros asumir el compromiso de transmitir a las nuevas generaciones nuestras experiencias.</p> <p>Ése v a ser el reto para el fin de siglo: rescatar el fenómeno que ocurre entre canción y canción. Y en el caso de la radio juvenil, con la inteligencia, la creatividad y la energía que merecen las nuevas generaciones a quienes toca ahora vivir el campo a través de una radio sin complicaciones, sin barroquismos y sin desplantes. A través de una radio simple, minimalista, que logre regresar a las raíces básicas de la esencia del medio: siendo entretenida, siendo inteligente,...o siendo silenciosa.</p>
--	--

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la Radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 1963

Octubre	<p><u>“Boletín Radiofónico y TV”</u>, <i>La intensa actividad de la XEW durante 1963</i>, año X, No. 503, México, D. F., Octubre 1963, p. 26</p> <p><i>XEW durante 1963</i></p> <p>En el presente año de 1963, la XEW ha llevado a cabo un gran número de transmisiones especiales: desde la Coronación del Papa Paulo VI, hasta la reseña de una pelea de box por el campeonato mundial; así como un reportaje originado en las playas históricas de Normandía, y un homenaje a algún destacado compositor mexicano. Esta labor ha sido llevada a acabo por La Voz de América Latina desde México en conciencia de la importancia que tienen tales transmisiones especiales, ya que adornan, acaparan auditorio, pero no pueden considerarse —en rigor de negocios— como base de una estación radiodifusora comercial, especialmente de la envergadura de la XEW.</p> <p>Para dar una idea de labor desarrollada a cabo por la difusora de las calles de Ayuntamiento, no hay más que pasar revista a las dichas transmisiones especiales, de gran proyección realizadas en el curso de 1963, con el anhelo de continuar una trayectoria firme, que permita servir de mejor a un auditorio permanente. Dentro de estos propósitos, la XEW ha conservado e impulsado sus programas llamados “de serie”.</p> <p>Por lo mismo se ha puesto especial interés en los “bloques” de radionovelas, terreno en el que la W se ha consolidado como nunca en toda su historia y desde luego como a ninguna difusora en el continente. En enero y febrero se culminaron los episodios de la Vida de San Martín de Porres, serie que alcanzó índices increíbles de auditorio, ya que de acuerdo a los “ratings” llevados a cabo, alcanzó la puntuación más alta de por lo menos los últimos diez años en la radio. Tal fue el éxito, que posteriormente los capítulos de 28 minutos de San Martín de Porres se agruparon para ofrecer los domingos por la</p>
---------	---

	<p>noche emisiones de hora y media, que disfrutaron también de gran auditorio.</p> <p>Otra serie de éxito en este año, con los mismos altos índices radio oyentes, fue el de la Vida de Monseñor Rafael Guízar y Valencia, que actualmente se difunde por los mismo micrófonos “Juan Diego el Mensajero de las Rosas”, con aceptación tal, que ya hasta ha sido solicitada por otros países como Colombia, que está por adquirir los libretos originales de Carlos Chacón, autor de otras series como las anteriormente mencionadas.</p> <p>También ha habido en este año, muchas series de radionovelas que lograron romper records de auditorio en sus respectivos horarios. Entre ellas se pueden señalarse: “Mentirosa”, “El Salvaje”, “Tierra de Pasiones”, “El hombre que no se dejaba ver”, “La mujer que olvidaste”, “El clavo ardiente”, “La casa de cristal”, “Cárcel de Mujeres”, “La Sembradora”, “El secreto de Sotomayor”, “El orgullo de Lady Ana”, etc., y debe señalarse que además de alcanzar las más altas puntuaciones con sus novelas, la XEW es la única difusora que las produce, supervisa y dirige para su propio uso. Porque otras difusoras que aunque en pequeña escala también transmiten novelas, las adquieren ya producidas y en muchos casos después de haber sido ya transmitidas inclusive en el Distrito Federal, por lo que la W es en ese aspecto, fuente de ingreso para muchos actores, escritores, productores, etc.</p> <p>ASPECTO INFORMATIVO</p> <p>En el aspecto informativo la XEW concede especial atención, así como en el reportaje de “¿por qué está conciente que la radio puede competir muy ventajosamente con los otros medios de difusión?. Por lo mismo, W está siempre en los sucesos importantes y transmite diariamente más de veinte servicios informativos entre noticieros, comentarios y Patrullas, es decir reportajes vivos en el lugar de los hechos.</p> <p>Como demostración de lo apuntado, estos son los noticieros que actualmente se difunden por los micrófonos W: 6.30 horas Noticiero del Amanecer; 7.30 Noticiero de la Prensa; 8.00 horas Noticiero Banco Nacional de México; 8.10 horas Noticiero Deportivo Guille; 8.45 horas Noticiero Alka Seltzer; 14.30 horas, Noticiero Institucional; 19.00 horas Noticiero Banco Nacional de México; 19.40 horas Noticiero Carta Blanca; 22.25 horas Noticiero Banco de Londres y México; 22.40 horas Noticiero Carta Blanca; 22.50 Comentarios de Álvaro Gálvez; 23.05 Noticiero Oriani de Atisbos; 23.35 horas Editorial de Atisbos y 23.30 horas Noticiero de Guillermo Vela y el cronista Enrique Rosado.</p> <p>En el renglón de comentaristas que expresan sus conceptos por la</p>
--	---

	<p>difusora de Ayuntamiento pueden mencionarse: Jacobo Zabłudowsky, Enrique Rosado, Luis Spota, Agustín Barrios Gómez, Alberto Ramírez de Aguiar, Carlos Denigri, Ricardo López Méndez, en voz de Manuel Bernal, Álvaro Gálvez y Fuentes, Guillermo Vela, Ángel Fernández, Fernando Marcos, Agustín González (Escopeta), Cristino Lorenzo, Carlos Albert (toros) y Paco Malgesto (toros).</p> <p>En cuanto a las “Patrullas” que se difunden en número de cuatro programas diarios y que presta servicios sociales, están a cargo de los locutores José Hernández Chávez, a las 9.05, 13.30 y 15.10 horas, y Gustavo Olguín, 14.45 horas. Es por medio de ellos que se lleva a los oyentes la noticia del lugar mismo de los hechos.</p> <p>La información deportiva tiene también cambiada en la ágil programación de XEW. Hay noticieros especializados de las 7.20, 8.10, 19.50 y 23.15 horas, y los domingos se lleva a cabo las reseñas de los partidos de fútbol desde la Ciudad Universitaria y por la tarde la de las corridas de toros o novilladas, desde las plazas El Toreo, o la México.</p> <p>PROGRAMAS VIVOS</p> <p>Debe hacerse notar que la XEW es la única difusora que mantiene programas vivos, aparte de las novelas, comentarios o emisiones musicales, con artistas y músicos presentes en el estudio. Entre los programas vivos de tipo estelar que se han venido difundiendo con éxito en el presente año, pueden mencionarse los siguientes: El Panzón Panseco y sus Comediantes, que pasa los domingos a las 20 horas. “Parece que fue ayer” con amparo Montes, Luis G. Roldán, el Chino Ibarra, Vicente Bergman, los Cancioneros del Sur y la Lira de San Cristóbal las Casas en evocaciones musicales, que pasa los lunes a las 21 horas. El “Risámetro”, que se transmite los lunes a las 21.30 horas con chistes en competencia entre Tilín, Mr. Nelly, Pepe Ruiz Vélez, Carlota Solares y otros. “Así es mi Tierra”, que pasa los lunes a las 22.00 horas es un programa tradicionalmente mexicano con los mejores artistas y frecuentemente visita el interior de la República, por lo que se difunde desde ferias y otros festejos regionales. En el elenco de esta serie han figurado elementos como Lucha Villa, Las Norteñas, La Prieta Linda, Yolanda del Valle, América Martín, Las Hermanas Huerta, el Charro Avitia y otros intérpretes folklóricos.</p> <p>“Noches Tapatía” es otra serie de gala que paso todos los martes a las 21:00 horas y en ella han desfilado multitud de artistas que interpretan la música mexicana hasta culminar con últimas fechas con un contrato de exclusividad con la máxima exponente de la canción ranchera, Lola Beltrán. Los martes a las 21.30 horas se difunde “Mano a Mano Ranchero”, serie en la que semana a semana se encuentran 4 de los más famosos intérpretes folklóricos en amistos</p>
--	---

	<p>competencia. Por sus características es uno de los programas vivos de más popularidad actualmente.</p> <p>Los miércoles se presentan dos lucidos programas con asistencia de público: “Éxitos del Cancionero”, a las 21:00 horas con artistas como Lucha Villa, la Prieta Linda, Linda Arce, Alejandro Algara y la orquesta de Absalón Pérez, y la “Hora de los Aficionados”, a las 21:30 horas con Juan S. Garrido y los artistas del futuro.</p> <p>Los jueves hay también otros dos magníficos programas estelares sostenidos a lo largo de todo el año: “Pasos triunfales”, con lo mejor de la nueva ola: Leda Moreno, Angélica María, Emily Cranz, Los Hermanos Castro, la orquesta de Pablo Beltrán Ruiz, etc., y “El Dr. IQ”, a las 21:30 horas, a control remoto desde los cines de la capital o el interior de la República.</p> <p>Los viernes se difunden dos programas especiales con asistencia de público al teatro estudios: “Las Estrellas y usted”, a las 21:00 horas y “Revista Musical Parera” a las 21:30 horas. En estas dos series han actuado los más famosos artistas consagrados y también las revelaciones del momento.</p> <p>Los sábados, XEW dedica parte de la noche a las figuras de la llamada “nueva ola” con su programa “Alegrías musicales”, con la orquesta de Sergio Pérez, el animador Mister Nelly y artistas invitados.</p> <p>Por lo apuntado, puede constatarse que la W tiene un importante porcentaje de programas vivos, y a los anteriores hay que sumar los que se difunden durante el día, en diversos horarios y con variados artistas.</p> <p>CAMPAÑA CULTURAL</p> <p>Otro de los aspectos importantes de la realmente muy completa programación de la XEW es el relativo Campaña Cultural. En fichas fáciles de asimilar, al menos de un minuto de duración, se transmiten datos de interés general sobre historia, geografía, arte, ciencia, literatura, etc. Muchos periodistas, refiriéndose a esta campaña, han coincidido en afirmar que esta es una de las aportaciones más valiosas de la radio en los últimos tiempos. En la celebración de uno de los aniversarios de XEW, el destacado director cinematográfico, Emilio Fernández, declaró que, a su juicio la Campaña Cultural de la XEW es lo más importante que se ha hecho en la historia de la radio en México. Por nuestra parte, comentamos que con ella se lleva a cabo una de las metas básicas del maravilloso invento: educar divirtiéndose.</p>
--	---

MICROPROGRAMAS

Otra de las características de la XEW en su última etapa es la del programa corto o “Microprograma”, con una duración aproximada de cuatro minutos. En la actualidad se difunden por lo menos treinta diarios, con ideas tan diversas e interesantes que merecen ser detalladas algunas.

Reportajes Miniatura, Cosas interesantes, referidas por el actor José Galvéz en un programa que dentro de lo cultural es también ameno y fácil de comprender para todos.

“Momentos Humorísticos”, con chistes a cargo de cómicos como Gila, Panseco, Régulo, Pepe Ruiz Vélez, Carlota Solares, Tilín, Nono Aarhus, Mr. Kelly y otros.

“La Mujer, el hombre y el amor”, charlas de gran interés, orientadas a servir a la mujer, en la voz de Dalia Iñiguez. “Hazañas del deporte”, momentos culminantes de los deportes mundiales, “revividos” magistralmente por Francisco Javier Camargo.

“Cosas de la vida” noticieros diferentes que reúne los hechos más curiosos del mundo: noticias que son increíbles pero que son ciertas porque son...Cosas de la Vida.

“Poemas Inmortales”, en la voz de Manuel Bernal. “Cartas de amor”, las más bellas misivas amorosas, en la voz de José Antonio Cosío. “Efemérides musicales” con música ligada a los acontecimientos de su época. “Sucedio aquí”, lugares y hechos que se ligán a través de la historia de México. Lugares que han cambiado su fisonomía, pero que conservan la huella de la tragedia, la risa, la alegría, etc. “México de mis recuerdos”, una evocación del México romántico con sus mil historias y leyendas. Y así otros más como estos, XEW transmiten varios interesantes programas cortos que permiten al radioyente de disfrutar de un asunto completo aunque disponga únicamente de cuatro minutos mientras viaja en automóvil, espera una visita, etc. Es, por lo mismo, todo un hallazgo en las ideas de las programaciones radiofónicas para la vida moderna en la que como nunca “el tiempo es oro”.

TRANSMISIONES ESPECIALES

Y para culminar el balance de las actividades llevadas a cabo por los micrófonos de XEW en el año que corre no hay sino pasara lista a las transmisiones especiales. Ellas son éstas:

- Enero 20 a 27: Pentagonal de Fútbol desde CU.
- Febrero 10: Pentagonal de Fútbol desde CU.

- Marzo 2: Homenaje a Pedro Vargas desde su residencia en San Miguel Allende con actuación especial de varios artistas como Verónica Loyo, José Alfredo Jiménez y otros.

- Abril 7: box desde San Juan Puerto Rico, con Carlos Ortiz contra Douglas Vaillant.

Los días 14 y 15 de marzo tuvieron lugar los reportajes más sensacionales e importantes con el lanzamiento, vuelo, rescate y el astronauta norteamericano Gordon Cooper, las transmisiones fueron hechas desde Cabo Cañaveral y otras estaciones rastreadoras. Junio 12 al 21, Carlos Denegri informó al auditorio desde las playas de Normandía en una serie de reportajes interesantísimos, a partir del 4 de junio, se comenzó a boletinar la enfermedad de S. Juan XXIII. En los días subsiguientes se dio la más amplia información sobre ella hasta llegar al momento de la muerte del Pontífice, llevándose a cabo controles remotos desde Roma.

Dando un viraje completo, en la versatilidad de la información periodística, los micrófonos W estuvieron el 13 de junio en la plaza el Toreo para la reseña de la pelea entre Ultiminio Ramos y Rafia King. Y el 22 del mismo mes viajaron los mismo micrófonos hacia las Vegas, Nevada, para la crónica de la pelea sostenida entre Sonny Liston Floyon Patterson.

En julio 22, desde Guadalajara transmitieron el grandioso homenaje al compositor Pepe Guízar con las actuaciones de la Prieta Linda, Yolanda del Valle, Las Hermanas Aguilar, Alfredo Pineda y otros artistas. El 18 de agosto la frecuencia W transmitió el juego entre el Valencia y el Oro desde la CU. Y el 8 de septiembre el juego entre Barcelona y el mismo Oro, en el estadio universitario. Esta es, a grandes rasgos, la ejecución de la Voz de la América Latina desde México en lo que va del presente año. Si el Evangelio dice que “por sus hechos los conoceréis”, al referir tales hechos realizados por los micrófonos más prestigiados de México, no puede llegarse sino a la conclusión de que a través de los años la XEW sigue siendo la auténtica Catedral de la Radio como alguien la denominó muy acertadamente.

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la Radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 1964

16 de abril	<p>“<u>Boletín Radiofónico y TV</u>”, <i>La radio y la Industria Disquera</i>, año XI, No. 533, México, D. F., 16 de abril de 1964, p. 2</p> <p>EDITORIAL LA RADIO Y LA INDUSTRIA DISQUERA</p> <p>En estos días se ha venido celebrando en nuestra capital el III Congreso Latino-Americano de Productores Fonográficos, a fin de examinar los problemas específicos de la industria disquera del continente, así como lograr las soluciones adecuadas a tales problemas. Dicha reunión continental, reviste singular importancia, no solo por el número de países americanos en ella representados, sino también por el número de delegados asistentes, la cuantía de las inversiones en la citada industria, las posibilidades de su mayor desarrollo, y —esto es lo que deseamos comentar— la relación existente entre la radiodifusión y la grabación de discos.</p> <p>Bien sabido es que, por circunstancias que es obvio mencionar, un gran número de estaciones radiofónicas transmiten numerosos programas a base de grabaciones fonográficas. En especial las emisoras de los Estados por sus circunstancias económicas, laboran fundamentalmente con programas fonográficos. Y también ocurre incluso en nuestra ciudad capital, hasta el extremo de que varias radioemisoras suelen ser catalogadas como “disqueras”, sin que en ello haya la especie de discriminación que pudiera imaginarse. Nadie negará, ni niega, la excelente tarea que cumplen este tipo de estaciones que cuentan con un nutrido y fiel auditorio, que gusta de tal tipo de transmisiones. Luego no debe de extrañarse que cuando en México se reúnen los fabricantes de productos fonográficos del continente, la agenda de sus deliberaciones y el logro de sus acuerdos pertinentes interesen directamente a la radiodifusión.</p> <p>Los programas radiofónicos a base de grabaciones efectuadas por miles de artistas de diversos países, han contribuido a una labor de</p>
-------------	--

	<p>acercamiento y conocimiento entre los mismos, de mayor importancia de la que podría suponerse si se le examinara con ligereza. Gracias a ese intercambio de grabaciones fonográficas, se ha logrado, en la medida de lo posible, que por ejemplo en materia de canciones típicas de los países americanos, exista un amplio conocimiento en lo que respecta a los radioyentes. La música y las canciones brasileñas, argentinas, venezolanas, colombianas, ecuatorianas, peruanas y chilenas, —y conste que aún podría citarse muchas más— es evidente que son conocidas y apreciadas recíprocamente. Pero todavía hay mucho camino por recorrer en este asunto.</p> <p>A nosotros como periodistas de la radiodifusión, nos interesa en verdad, no sólo el auge de la industria fonográfica, sino que ésta también tenga en cuenta aquella. Porque entre ambas debe existir una cordial relación mutuamente beneficiosa. Y porque las posibilidades de este contacto tan deseable, son ilimitadas. Cuando se habla del intercambio panamericano de grabaciones, se advierte hasta que punto hay tarea por cumplir. No únicamente en lo que respecta a índices de producción, a mejoramiento de la misma, costos, a lo que representa el meollo económico de una actividad respetable y bien acogida por millones de adeptos. Sino a la proyección cultural y social basada en el sentido de la responsabilidad que supone, en fin de cuentas, servir a millones de personas esparcidas en todo el mundo, y concretamente a América. Este punto de vista lo explicó acertadamente el Lic. Ernesto Enríquez, Subsecretario de Educación Pública de nuestro país, cuando en el acto inaugural del III Congreso Latinoamericano de Productos Fonográficos, exhortó a los delegados asistentes a la contribución de que la industria disquera en materia de la cultura y educación populares sea atendida en forma debida. Y también pidió una mayor calidad fonográfica. En lo musical, en lo literario, en todo. Frecuentemente se ha señalado la inoportunidad o inconveniencia de ciertas grabaciones, cuyos discos resultaban incluso contraproducentes. A veces en búsqueda en resultado económico, se sacrifica no sólo una norma elemental de calidad, sino se olvida que una grabación impropia produce resultados negativos, o perjudiciales, en materia de educación o cultural. El disco llega con facilidad a hogares escasos o medianos recursos. Principalmente cuando la utilización de los discos se efectúe a través de emisiones radiofónicas, que hacen posible cifrar en miles o millones las personas que las oigan.</p> <p>Quando por doquier se procura mejorar la calidad de las transmisiones de la radio, en cuanto a labor de ayuda cultural, se percibe que importancia adquiere unas buenas grabaciones fonográficas, al ser radiodifundidas. Tal es el aspecto que deseamos destacar en los presentes comentarios, encaminamos a recordar que los buenos discos hacen factibles buenas transmisiones de la</p>
--	--

	radiodifusión, cuando ésta los emplea para satisfacer a sus millones de radioyentes.
--	--

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 1969

4 de enero	<p><u>“Boletín Radiofónico-TV”</u>. Época II, Año XV, no 779, p. 3</p> <p><i>Nueva afiliada</i></p> <p>La difusora XENS de Navojoa, sonora, acaba de afiliarse a Red RPM. Transmite en 1480 kcs con mil watts de potencia. Fue inaugurada en 1960 y pertenece a los señores Eduardo y Joaquín S. Terminel, quienes también manejan la XEKE en la, misma plaza.</p>
11 de enero	<p>Mendiola Isaac <u>“Boletín Radiofónico-TV”</u>. Época II, Año XV, no 780, Pág. 3, Sec., AM-FM</p> <p>Como de sabe al grupo Acir pertenecen las difusoras XEPS de Mexicali; XEWW de Mexicali; XEMIA y XEPJ de Guadalajara; XEXF de León; XEMM de Morelia; XEBQ de San Andrés Tuxtla; XEOM de Coatzacoalcos y XER y XETS en Tapachula, Chipas. En el Distrito Federal son XEL, Radio Capital; XEFR, Radio Felicidad; XEVOZ, Radio Voz y XHSM-FM, Radio Amistad.</p> <p><u>“Boletín Radiofónico-TV”</u>. Época II, Año XV, no 780, p. 3.</p> <p>Primer Lugar en Celaya Las emisoras XEY y XENC de la ciudad de Celaya, Guanajuato, que dirige el ing. Jesús San Martín jr., ambas estaciones afiliadas a Red RPM, se encuentran en el primero y segundo lugar respectivamente, en esta plaza, según reciente estudio hecho en esa ciudad.</p> <p><u>“Boletín Radiofónico-TV”</u>. Época II, Año XV, no 781, p. 3.</p> <p>A partir del miércoles pasado, está afiliada a red RPM, la difusora XECN de Irapuato, Guanajuato, estación que maneja el señor Antonio Contreras Hidalgo, gerente también de la XEWE, de la misma plaza, y</p>

	<p>de la XEQG DE Querétaro, Qro. La “CN” fue fundada en 1963, transmite en 1080 Kilociclos y tiene una potencia de 500 vatios. Con esta estación Red RPM, aumenta su cobertura en el Bajío contando también, emisoras de Morelia, Celaya y León.</p>
25 de enero	<p>“<u>Boletín Radiofónico-TV</u>”. Época II, Año XV, no 782, p. 1.</p> <p>Nuevas Afiliadas a RUMSA a partir del día primero del presente, las radiodifusoras XEFC Y XERRF de la ciudad de Mérida, Yucatán, han quedado afiliadas a la cadena radial capitalina, Radiodifusoras Unidas Mexicanas, S.A., según contrato que acaban de firmar los señores Rafael Rivas Franco y Luis Alberto Rivas, esta misma semana en las oficinas de RUMSA, ante la presencia del señor Manuel Guillemot, gerente de esa empresa radiofónica.</p> <p>Informo lo anterior a BOLETIN RADIOFÓNICO-TV, el señor Miguel Ángel Vázquez, gerente de ventas de RUMSA, quien añadió que durante esta semana estuvieron de visita en estas oficinas, los señores José de Jesús Partida, de la XEJPV de Ciudad Juárez, Chihuahua, José Luis Cancino de XEUI de Comitán y de XEVF de Villa Flores, Chiapas y el señor Raymundo López de la XEBQ de Guaymas, Sonora...</p> <p>“<u>Boletín Radiofónico-TV</u>”. Época II, Año XV, no 782, p. 3.</p> <p>...estudiaron así mismo los ratings que en cada plaza ocupan las emisoras del grupo RAMEX, destacando que emisoras como la XEVC, de Córdoba; XEJA, de Jalapa; XEOB, de Orizaba, XEHIT, de Puebla y XEFM, de Veracruz, ocupan los primeros lugares en la preferencia del auditorio en las plazas donde funcionan.</p> <p>“<u>Boletín Radiofónico-TV</u>”. Época II, Año XV, no 782, Sec. AM-FM, p. 3.</p> <p>Antonio Gómez, Obregón, gerente de Emisoras Incorporadas Mexicanas, nos informó que las nuevas emisoras afiliadas a EMSA son: XERX en Salamanca, Gto., del señor Ramón Sandoval; XELC de la Piedad, Mich., del Sr. Heriberto Guizar; XEMJ de p Piedras Negras Coahu., del Ing. Ricardo Elizondo y la XEJM de Monterrey.</p> <p><i>Control remoto de la XEVIP</i></p> <p>Nuevamente, la XEVIP emisora de la organización RPM, única que transmite en idioma Inglés en la ciudad de México, volvió a destacar con sus transmisiones del lunes pasado, con motivo de la toma de</p>

	<p>posesión del presidente de los Estados Unidos, Richard M. Nixon.</p> <p>“<u>Boletín Radiofónico-TV</u>”. Época II, Año XV, no 782, p. 5.</p> <p>Ahí se anuncio la salida al aire como asociada a RAMEX de la XEQT de Veracruz que en un mes más estará en funcionamiento con una potencia de 1600 kilociclos y 250 watts, con un horario tipo de 8 a 12 de la noche.</p>
15 de febrero	<p>“<u>Boletín Radiofónico-TV</u>”. Época II, Año XV, no 785, Sábado 15 de Febrero de 1969 P. 3.</p> <p><i>De visita por Red RPM</i></p> <p>Esta semana estuvieron en Red RPM, los señores Antonio Contreras Hidalgo y Antonio Contreras Jr., con el fin de mostrar los nuevos planes para el presente año de sus emisoras XEWE y XECN de Irapuato, Gto., y la XEQG de la ciudad de Querétaro, Qro.</p>
22 de febrero	<p>“<u>Boletín Radiofónico-TV</u>”. Época II, Año XV, no 786, p. 5.</p> <p><i>XEJAC, “Radio Cárdenas” Nueva Emisora Tabasqueña</i></p> <p>Aquiles Calderón Marchena, pionero de la Radiodifusión en Tabasco, inaugura hoy 22 de febrero una nueva emisora, la XEJAC, “Radio Cárdenas”, que viene a aumentar la cadena del Sistema A.C.M. que con tanto acierto dirige.</p> <p>La XEJAC, que transmitirá en H. Cárdenas, próspera ciudad de la región de la Chontalpa, tiene asignado los 1110 Kilociclos y una potencia de 1000 watts.</p> <p>Dada la experiencia de Calderón Marchena, quien hace 15 años fundó la XEVT, la más antigua que funciona en el Estado, garantiza un éxito sin precedente a la nueva radiodifusora de tabasqueña, incluso, llevando como gerente general y concesionario a su hijo Juan Antonio Calderón Landero, continuador de su ejemplar visión de hombre de empresa.</p>
8 de marzo	<p>“<u>Boletín Radiofónico-TV</u>”. Época II, Año XV, no 788, p. 2.</p> <p>ANUNCIO:</p> <p>Red RPM</p> <p>Anuncia con satisfacción el ingreso de las siguientes emisoras que pasan a formar parte de su lista de afiliadas:</p> <p>XEGB Coatzacoalcos, Ver.</p> <p>XEVC Córdoba, Ver.</p> <p>XEWF Cuernavaca, Mor.</p> <p>XEGR Coatepec, Ver.</p>

	<p> XEKL Jalapa, Ver. XEABC México, D.F. XEDW Minatitlán, Ver. XEMI Minatitlán, Ver. XEKG Fortín de las flores, Ver. XEOV Orizaba, Ver. XETQ Orizaba, Ver. XEHIT Puebla, Pue. XEGY Tehuacan, Pue. XEJF Tierrablanca, Ver. XHMR-FM México, D.F. ¡Dándoles la más cordial bienvenida! </p>
22 de marzo	<p> “<u>Boletín Radiofónico-TV</u>”. Época II, Año XV, no 790, p. 3. Nueva afiliada a Red RPM A partir del día primero del presente se afilio en forma exclusiva a Red RPM, la radiodifusora XEZI de Zacapu, Mich., dirigida por el señor Víctor Manuel Rodríguez. Esta emisora fue fundada en 1964 y con ella Red RPM cuenta con un eslabón más en esta zona tan importante del Bajío. </p>

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la Radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 1991

	<p><i>Los Universitarios</i>, No. 23. Difusión Cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México/Órgano de la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM, 1991.</p> <p>Vivian Manssur. <i>Seis hai-kús</i>, p. 3.</p> <p>MICRÓFONO Oscuro alcatraz que espera el polen de las palabras.</p> <p>DIAL Es el dial una cuchara que separa los guisos del cuadrante.</p> <p>ANTENA DE RADIO Mástil, vigía de un barco que zarpa cuando lo encienden.</p> <p>Relucientes. Todavía húmedas de éter llegan las palabras cuando viajan del radio.</p> <p>Alfonso Morales. <i>¡Oh, Miss Éter, dama de las antenas!</i> p. 4.</p> <p>Oh, Miss Éter. Son las seis treinta y ya empezó el revuelo de los pájaros en el bambú. Están también, prendidos de las orejas, el taxista de los dientes de oro, el tahonero perlado de sudor, el patán y la loca. Estamos todos estos madrugadores y desvelados con el ánimo de que dispongas de nuestros pasadizos, los túneles que principian en las sienes.</p> <p>Gran ventolera la casa inalámbrica donde nos hemos dicho esto y aquello otro, vete, quédate, enjúgate, concursas, no te entumas; donde pareciera que nos lo hemos dicho todo, agudos y graves, una vez atrás de la otra, en verso rimado y con orquesta, nasales y patéticos, repitiéndonoslo machaconamente en fracciones, en dosis módicas como si jamás fuéramos capaces de entenderlo a la primera,</p>
--	---

	<p>invencibles tapias.</p> <p>Estoy yo por mover para adelante la perilla y más tarde regresándola hacia otro sitio y recuerdo a un jubilado en el café de “La Esperanza” de las calles del Ayuntamiento. Recuerdo que me dijo cosas así, todas de tus devaneos, Oh, Miss Éter. Me dijo carrasposo, que de aquello ni sus luces, sólo de oídas.</p> <p>Así, porque todo por servir se acaba, un buen día y sin efemérides de por medio encallaron los galeotes radiofónicos, en las que fueron quietas playas de sus murmurantes mares, las olas tibias donde se bañaban -nunca más allá de las rodillas- las princesas del reino de la Escoba y el Plumero, las mártires obcecadas de la orden de la Corona de Lágrimas y el Ave sin Nido.</p> <p>Juan Villoro. <i>Extraterrestres en Amplitud Modulada</i>. pp. 6-7.</p> <p>A nivel emocional, mis viajes a la primaria equivalieron a diez mil misiones en un avión de combate. Fueron dos las causas del espanto: mi madre al volante y el radio históricamente sintonizado en XEQK, <i>La hora de México</i>.</p> <p>A los dieciocho años mi madre logró pulverizar un coche y salir sin un rasguño: “Hasta para chocar eres buena”, la felicitó mi abuelo. Desde entonces trataba de repetir la proeza. A las 7:45 de la mañana subíamos al Opel y encendíamos el radio para descubrir ¡que eran las 7:45 de la mañana!: “¡Me lleva el tren”!, anunciaba mi madre. El momento de ponerse el casco y morder la punta de un cuaderno. Lo peor era que el radio seguía encendido.</p> <p>Saltábamos un camellón, <i>Marcos Carrasco rectifica su motor en ocho horas, consulte a su mecánico...</i> Nos pasábamos un alto: <i>Trajes, pero qué trajés. Trajes Pérez, Fray Servando y Motolinía...</i> Frenábamos junto a la rodilla de un peatón: <i>La hora del Observatorio, misma de de Haste, la hora de México: siete de la mañana con cincuenta minutos.</i> ¿Realmente era necesario oír aquel frenesí de anuncios mientras sobrevivíamos de milagro? A esas mañanas atribuyo mi temor a la radio y mi gusto por las mujeres complicadas.</p> <p>Tal vez para un orgasmo asentado, <i>La Hora</i> sea la estación del tiempo; a fin de cuentas no hace otra cosa que registrar nuestros minutos; sin embargo, para mí representa la prisa. <i>Son las ocho y cuatro</i>, y eso es pésima noticia: de nuevo estoy en el Opel, persiguiendo los Trajes Pérez, los chocolates Turín ricos de principio a fin, siempre atrás de la hora exacta.</p>
--	---

	<p>El segundo contacto con la radio tampoco fue muy venturoso. Un primo de San Luis, cuatro años mayor que yo, me recomendó <i>El Risómetro</i>, un programa donde alguien contaba un chiste y se reía una grabadora. Debo decir que mi pariente tenía una idea más bien confusa de las diversiones: cuando no estaba descomponiendo el elevador del Hotel Maurice, me tomaba de los tobillos y me “asomaba” por el balcón. Colgado del tercer piso del hotel, pensaba en las gargantas mecánicas que celebrarían mi caída. En vez de acrofobia contraí aversión a las risas grabadas.</p> <p>Pero la radio tiene aspectos más trágicos. Antes de morir, mi abuela paterna me contó doscientos capítulos de <i>Alma grande</i>. La admirábamos mucho porque tocaba cinco instrumentos (incluida un arpa espectacular) era autora de <i>Azares, espinas y rosas</i>, <i>Átomos tontos</i> y otros libros de consejos morales que se vendían por miles en las escuelas católicas, había tomado decenas de trasatlánticos y recibía cartas en idiomas impronunciables, de amistades seguramente célebres. Sin embargo, en su agonía final sólo le interesaba escuchar las aventuras de ese vaquero en cuya alma cabía el estado de Chihuahua. Empecé a oír sus relatos por conveniencia (quería que me dieran dinero para una guitarra eléctrica) pero acabé tan cautivado que después de su muerte no pude escuchar otra radionovela sin sentir que faltaba algo, acaso su peculiar habilidad para abrir cañadas y hundir villanos.</p> <p>Estas experiencias han hecho que la radio me infunda un respeto muy parecido al miedo. Cuando las palabras viajan por el éter todo es posible, salvo la naturalidad, la radio custodia tantos secretos que sus voces fracasan cada vez que tratan de parecer "correctas". Nada más extravagante que los programas "cultos" donde Rufino Tamayo nace en Oaxaca y pinta una vaca, a los Doctores del éter les sobra lengua, según demuestra la mujer que anuncia piezas de Pergolesi.</p> <p>El lenguaje radiofónico debe ser repetitivo, pues la atención del escucha es más volátil que la del lector. sin embargo, esto ha traído una estrafalaria afición por los sinónimos: si se habla de café, el sinónimo de turno llevará el traje de fantasía de "aromático grano". Sólo en un noticiero radiofónico es posible que los "galenos beban un vaso del vital líquido después del siniestro en el nosocomio".</p> <p>Caja de las voces desafortunadas, donde no hay palabra que saga indenme, la radio impone otra lógica. Sin embargo, hay quienes no se despegan del cuadrante, discípulos de Juana de Arco que consideran natural vivir oyendo voces.</p> <p>Obviamente son varios los tipos de radioescuchas. el más molesto es</p>
--	---

	<p>el supergregario que obliga a compartir su rencor ranchero, a las seis de la mañana enciende el altavoz en la azotea de su casa y despierta a los vecinos con el son de <i>Noooooooooooooooooooooo pararé hasta ver que tu llanto ha formado...</i> Dentro de estos maniáticos se ubica la subclase del gregario móvil, que viaja en cambiión con un aparato del tamaño de una caja de herramientas, encendiendo al volumen ideal para que lo oigan los coches que vengan en sentido contrario.</p> <p>En contraste está el cripto escucha capaz de hacer cualquier cosa con un audífono en la oreja, los criptoescuchas lloran y ríen sin que sepas por qué. Les pides un boleto para el tren <i>Tapatío</i> y te miran con un arrobamiento que te obliga a imaginar el parlamento que les llega por el audífono: "Soy tuya, Joaquín Gerardo, además estoy pensando en escriturarte un terrenito en Brownsville".</p> <p>Una prueba de la supervivencia del catolicismo y de la baja calidad del futbol mexicano es el éxito que sigue teniendo la misa de doce. En algún momento de mi infancia una tía me informó que la misa del sábado en la tarde ya calificaba como misa legal para el resto de la semana. Sin embargo, los matrimonios siguen aprovechando la oportunidad de pelearse en la misa de doce: ella siempre se acaba de arreglar cuando el América salta a la cancha. Entonces el criptoescucha fanático llega a la misa con el partido de futbol en el oído. En el momento de dar fraternalmente la paz aprieta las manos con la excesiva energía de quien sabe que el balón está en el área chica. Tal vez para el oído neutro, la radio sólo sea una avalancha de goles, anuncios pegajosos y canciones de moda. Desde mi primera sintonía de XEQK, yo espero una noticia tremenda y definitiva. Como suele ocurrir, la ciencia ha llegado en auxilio de mi paranoia. Según Carl Sagán, el primer mensaje de una civilización extraterrestre vendrá por radio. Un tono repetitivo, procedente de la estratósfera, nos hará saber que estamos frente a una clave inteligente. Aunque lo más probable es que el mensaje se capte antes en el centro de radioastronomía de Puerto Rico que en la <i>Charrita del cuadrante</i>, nada impide que un golpe de azar nos convierta en los primeros en escuchar el ABC interestelar.</p> <p>Cuando uno viaja de noche en carretera se produce un fenómeno singular: el radio parece jugar a la ruleta; de pronto se captan voces lejanas, que han llegado ahí por un curioso rebote de ondas. En esas oscuras hondonadas, la antena del coche se vuelve hipersensible. Es el momento para oír cuatro notas que se repiten una y otra vez dando a entender que vienen de Alfa Centauri. Una buena cantidad de granjeros de Kentucky afirma haber oído mensajes de ovnis; sin embargo sus grabaciones no muestran otra singularidad que la estática que suele acompañar a los viejos discos de Willie Nelson. Una estadística sugiere que después de 40 años de dispararle a los pavos</p>
--	---

	<p>salvajes y tundirle a <i>Bourbon</i>, el espíritu se vuelve suficientemente poroso para oír el <i>country</i> de las galaxias.</p> <p>En lo personal, sólo una vez he estado a punto de establecer contacto. Atravesaba los bosques de Sajonia, a eso de las dos de la madrugada, cuando un mensaje extraño se coló al radio. La voz saludó en inglés, francés, alemán y español con claro acento robótico. Una máquina duramente adiestrada a pronunciar. Durante diez kilómetros oí un apocalipsis políglota: la Voz habló pestes de los rusos, los americanos, los israelitas y los yugoslavos. Me pareció curioso y alarmante que los extraterrestres tuvieran sus oídos tan bien localizados. La expresión "cerdos imperialistas" se repitió varias veces. Traté de imaginar el poderío militar de una nación capaz de hacer jamón al Pacto de Varsovia y a la OTAN. Detuve el coche, en espera de la opinión que tenían de los mexicanos. Repasé todas nuestras derrotas y decidí que queríamos ser conquistados sin derramamiento de sangre: un país que se queda sin parque en los momentos decisivos despierta la simpatía del cosmos. Además estamos tan ocupados viéndonos el ombligo que nunca nos metemos con nadie; nuestra agresión al mundo exterior no pasa de unos cien chistes sobre argentinos. Sin embargo ¿cómo harían las naves espaciales para saber que ahí en Sajonia, entre todas esas ojivas nucleares, había un "cerdo neutral"? ¿Qué hacer? ¿Poner un caset del <i>Son de la negra</i> para identificarme? Mi reacción reveló una total ausencia de estrategia: arranqué a toda velocidad, como si viajar en cuarta pudiera salvarme de ser alcanzado por un rayo láser.</p> <p>Entonces la Voz decidió hacerse la misteriosa: se refirió a los chinos y les perdonó la vida con infinito desprecio. Supuse que esto se debía a que la Muralla China es el único edificio que se ve desde el espacio y a que los extraterrestres ya sabían que los chinos eran tantos que podían vaciar un océano si jalaban sus excusados al mismo tiempo. Luego recordé una sátira de Woody Allen acerca de una civilización que llega a la tierra con naves llenas de pantalones sucios: andan en busca de una tintorería. Tal vez ahora los chinos eran redimidos por ser los mejores planchadores del planeta. La naturaleza imitaba al arte.</p> <p>Hacia el final, la Voz se volvió tan amenazante que empecé a esperar un hongo atómico detrás de cada curva. Concebí mi muerte vía satélite: un puntito que se apaga en la pantalla de los invasores. De cualquier manera, no me rajaría tan fácilmente; los mexicanos perdemos, pero no sin frases: pensé en palabras célebres para salir del mundo. Entonces de algún lado, me llegó un adagio que resume buena parte de nuestra sabiduría: <i>la carne de puerco no es transparente</i>. Ahí iba yo, a 120 km/h, a punto de ser pulverizados por el solo hecho de formar parte de una raza de cerdos, y de no ser transparente, cuando la Voz reveló su identidad: Transmite Radio Tiranía". ¡Había caído en las redes de la política exterior de Albania!</p>
--	---

Al día siguiente era viernes de cine en nuestra Embajada. A las funciones asistían dos diplomáticos de Albania, sin otras cualidades que ser totalmente calvos y no hablar español (supongo que iban atraídos por ciertas escenas típicas de nuestra cinematografía: las 17 puñaladas necesarias para matar a un actor mexicano o los coitos de 20 minutos con gemidos dignos de la Cruz Verde). En el coctel con el que tratábamos de mitigar los destrozos en la pantalla me enteré de que Radio Tiranía odia a Yugoslavia por perjudicar a su minoría albana. Luego los calvos hablaron de Estados Unidos, la Unión Soviética e Israel con tal agresividad que entendí por qué les fascinaba el cine mexicano.

Si la radio es el sitio donde una civilización remota dejará su tarjeta de visita, también es un estupendo pretexto para salir de viaje. Una primera opción es el recorrido urbano. De repente, la Caravana de Radio Éxitos se encuentra en la esquina de ¡Francia y Barranca del Muerto! El primero que llegue y diga la clave *El aire puro es responsabilidad de todos* se llevará una donación de pantimedias calidad Canon. La verdad sea dicha, las claves ganadoras son más abstractas que el mensaje que algún día llegará de la estratósfera.

Pero ahora ya no se trata de salir disparado a los diversos confines de la ciudad. Una estación de rock ofrece la oportunidad de viajar al extranjero. Para calificar hay que saber cosas como cuántas cervezas bebe a diario el perro Jon Bon Jovi o qué marca de rastrillo usa Sinead O'Connor. La fase final se lleva a cabo en pleno aeropuerto. Los concursantes llegan con sus maletas por si ganan.

Nada mejor que escapar gracias a una afortunada información del éter. Quizá éste sea el fin último de la radio: ponernos literalmente en el aire... Un mundo orbitado de radioescuchas que en un raro silencio escucharán las cuatro notas, el primer programa grabado más allá de Plutón. Espero, eso sí, que no vengán con *La Hora*.

Los Universitarios, N^a 23 (1991) p.8
VIAJES POR EL ÉTER (Entrevista de José Luis Almeida) José De La Herrán V. (referencia)

En el comienzo el éter

Valdría la pena mencionar la costumbre que tenemos de definir al éter como el medio en el cual se propagan las ondas de radio, y poéticamente podemos seguir aceptando esta condición ya que siempre se ha creído necesario que las cosas ocurran en un medio determinado.

	<p>En el comienzo de este siglo pensaba que si las ondas sonoras se transmitían a causa de la vibración de un gas (el aire, en el caso más común y corriente), también las ondas electromagnéticas (entre las cuales están las ondas de radio) tendrían que transmitirse igualmente por algún medio, al cual se le venía llamando tiempo atrás éter, a causa de las investigaciones realizadas sobre la velocidad de propaganda de la luz.</p> <p>Fue un tema precisamente pues ocasionó controversias entre las más altas personalidades científicas de la época.</p> <p>Hoy en día conservamos un recuerdo agradable del éter, que podemos seguir empleando como un supuesto medio teórico en el que se propagan las ondas electromagnéticas</p> <p>Puntos y rayas</p> <p>El primer invento importante que facilitó la creación de la radio fue, desde luego, la electricidad, que logró manejarse en una forma controlada a principios del siglo XIX. Alejandro Volta, con el invento de la pila, hizo posible tal dominio de la corriente eléctrica. A consecuencia de esto, poco tiempo después nació la telegrafía.</p> <p>En Francia, los hermanos Chappe desarrollaron un sistema de telegrafía óptica, que consistía en una serie de aspas móviles accionadas por manivelas y que se montaban sobre unas pequeñas torres. Un código de posición permitía enviar mensajes con estas aspas; de esta manera, el manipulador de la primera torre elaboraba un mensaje, el cual era recibido en otra para retransmitir a la siguiente torre, y así sucesivamente hasta recorrer grandes distancias, por ejemplo, de Marsella a Paris. Este telégrafo óptico tuvo mucho éxito y fue, por cierto, uno de los inventos importantes que se desarrollaron a raíz de la Revolución Francesa.</p> <p>Después de este sistema no hubo otro más rápido hasta la llegada de la telegrafía eléctrica, a principios del siglo XIX. En este caso se trabajaba con un tendido de conductores eléctricos, los cuales comenzaron siendo de otros metales hasta encontrar que el cobre era el mejor conductor. De esta manera se enviaban mensajes cifrados con la ayuda de una clave compuesta de puntos y rayas (ideada por Manuel Morse); cada grupo de estos puntos y rayas correspondía a una letra del alfabeto. La importancia de esta innovadora radicaba en la velocidad de las transmisión, ya que un mensaje se recibía en forma casi instantánea (alrededor de un décimo de la velocidad de la luz: 30 000 a 40 000 km por segundo).</p>
--	--

De lejos y sin alambres

Después de la invención del teléfono no hubo novedades significativas. Hasta que James Clerk Maxwell, famoso científico inglés, estudioso del problema de la propagación de las ondas y de la naturaleza de la luz, desarrollo una teoría que predecía la existencia de ondas de frecuencia menor a las del espectro cromático, las cuales podrían llegar a utilizarse en el futuro. Como Maxwell era un científico, no llegó a pensar en aplicaciones directas.

Quien se interesó en poner en práctica estos principios fue Heinrich Hertz, del cual conocemos las ondas hertzianas. Con él nació la primera transmisión controlada, de orden electromagnético, de radio, a fines del siglo pasado.

La noticia se extendió como pólvora por todos los centros de investigación del mundo, y todos los investigadores comenzaron a trabajar en el desenvolvimiento de esta técnica. Entre ellos debemos considerar como el precursor más importante a Guillermo Marconi, quien desarrolló una telegráfica inalámbrica (recordemos que no había, todavía, emisión de voz). Para ellos se empleó el mismo concepto de la telegrafía alámbrica, pero con la diferencia de que ya no se requería una instalación que conectara un lugar con otro, sino que se podía realizar una emisión desde una estación transmisora y los mensajes podían ser recogidos por cualquier otra estación receptora ubicada en cualquier dirección. De manera que, a partir de esta posibilidad, se abrió un campo amplísimo para las comunicaciones.

Envíos de la voz

El siguiente paso lógico fue- al ya poder transmitir puntos y rayas, con los cuales se enviaban mensajes telegráficos captables, por ejemplo, en altamar (que fue una de las aplicaciones importantes)-, tratar de comunicarse ahora por medio de la voz. En esta época se desarrollaba paralelamente el teléfono. Desde mediados del siglo pasado se establecieron las bases para realizar emisiones con las mismas instalaciones telegráficas, pero utilizadas ahora para hacer telefonía, es decir, enviar mensajes de voz. Junto a esto, se venían realizando varios inventos importantes, entre ellos el entonces llamado "transmisor", o sea el micrófono de Thomas Alva Edison, quien logró hacer realmente efectivo el micrófono de carbón, el cual sigue utilizándose en los teléfonos.

Ya con esto se tenía la telefonía alámbrica: entonces por que no dar el siguiente paso. En ellos trabajaron muchos científicos y tecnológicos, entre ellos Fesden. Desde luego siguió trabajando Marconi, que hizo una gran compañía en Inglaterra, la cual lleva su nombre. De modo

que se llegaron a realizar pronto transmisores de voz, claro en transmisores de radio muy primitivos.

el siguiente invento fundamental fue también un descubrimiento de Edison: la emisión termoiónica o efecto Edison, en lo que él mismo no trabajó intensamente ya que estaba muy ocupado en el desarrollo de la luz eléctrica, cosa que le consumió toda su capacidad durante muchos años. Aunque mediante los experimentos que él hizo para realizar las lámparas de luz eléctrica, fue que descubrió este fenómeno. Otros, más tarde y apoyados en estos descubrimientos, desarrollaron por primera vez los bulbos: entre ellos el diodo, que fue el primero que permitió, ya en los receptores de radio, recibir la voz con una calidad muy superior.

Muchos antes del inicio de la primera Guerra Mundial. Lee de Forest inventó el bulbo triodo o bulbo amplificador, aunque ni el mismo De Forest entendía muy bien cuales podían ser las aplicaciones de este invento.

Tuvieron que pasar muchos años y mucha gente tuvo que trabajar en el campo de la investigación aplicada. Entre ellos Armstrong , quién llegó a comprender perfectamente como funcionaban los bulbos triodo y pudo hacer las aplicaciones definitivas para desarrollar la telefonía a través del radio.

La Jota Hache

Durante la primera guerra mundial se hicieron avances en las comunicaciones por la necesidad propia, durante esos años, de un sistema efectivo. Ya en los veinte, al finalizar el conflicto, comenzaron de nuevo a florecer la industria y la tecnología, y junto con ello la expansión prácticamente explosiva de la radiodifusión.

Los primeros que comenzaron a trabajar en esto fueron, en general,, los radioaficionados. Creo que la radiodifusión se la debemos, en un porcentaje, a los radioaficionados. Estos hombres que tienen el interés de trabajar y armas equipos mejorándolos mediante el sistema de error y prueba. Ellos lograron, muchos más rápido que los laboratorios, construir receptores y transmisores de gran calidad en muy corto tiempo, al punto que en 1923 se inauguró en México la primera estación radiodifusora, promovida por la Secretaria de Guerra y Marina, y construida por mi padre, con las iniciales JH. Transmisora que durante todo ese año emitió semanalmente conciertos culturales en una forma profesional y perfectamente establecida, y con una calidad de emisión tan buena como la calidad que tienen en la actualidad la única señal de Latinoamérica escuchada por la famosa expedición de MacMillan al Polo Norte, en el invierno de 1923-24.

El Mundo Entero.

En septiembre de 23 nacen las primeras radiodifusoras comerciales en México. Son la CYL, y la CYB, fundamentalmente. Esta última se convirtió después en la XEB, que sigue funcionando hasta nuestros días. De ahí en adelante comienza la expansión comercial propiamente dicha.

Para esas épocas ya había miles de radioaficionados que tenían sus equipos y se comunicaban con todo el mundo, ya fue telegráfica o telefónicamente, con transmisores y receptores hechos por ellos mismos. Gracias a esto había una red de comunicación mundial a base de radioaficionados, la cual en muchas ocasiones salvó cientos de miles de vidas cuando se presentaron casos como terremotos, inundaciones, ciclones, etc. En ese sentido, el radio adquirió gran importancia, aparte de la comercial e industrial que ya tenía indiscutible en la época

Llegamos a los treinta, cuando podemos decir que en el mundo entero la radiodifusión es un hecho consumado y una actividad que conecta a todos los hogares que pueden poseer un radio; radios, por cierto, que podían adquirirse hasta por las cantidades irrisorias de 2 a 2.50 de dólares, aunque había radios también de 200 , 300 o 500 dólares, desde luego, pero que ponían al alcance de cualquiera la posibilidad de estar en contacto con el mundo entero.

Los solitarios del aire

Podríamos decir que la técnica de radiodifusión fue ampliamente desarrollada

por cientos de miles de radioaficionados. A consecuencia de esto se iniciaron de inmediato, en Estados Unidos, sobre todo, muchas radiodifusoras dedicadas a la información, las cuales tuvieron un éxito formidable; como por ejemplo la QST, una revista muy famosa que existe todavía, y que comenzó a publicarse a partir de 1920 o 1921. Con estas informaciones, que estaban al alcance de todo aquel que pudiera leerla y compararla, se mantenía ellos al tanto de los conocimientos más adelantados del momento.

En México y también hubo radioaficionados famosos. En que me parece más importante de todos es Juan Lobo y Lobo, quien ganó durante varios años los concursos mundiales de radioaficionados que se estuvieron realizando entre las dos guerras. Él se llevó el primer premio durante varios años, compitiendo contra todos los países del mundo. Algo realmente memorable y que merece un homenaje, por ser un hombre que logró lo que muy pocos creen que se pudiese

	<p>lograr; superar la capacidad de comunicación con los medios relativamente reducidos con que contamos los países en vías de desarrollo. Durante aquellos años, el señor Lobo y Lobo hizo importantes contribuciones al desarrollo tecnológico de la radio en México.</p> <p>Caruso en casa</p> <p>Lo que sucede con estos inventos es que toma mucho tiempo a la humanidad aprovecharlos realmente, debido a que no se tienen la astucia y la visión necesarias: quiero decir, una persona en particular si la puede tener, pero el conjunto no absorbe esta idea y toma tiempo para que entre y llegue realmente a entusiasmar. Por ejemplo, el mismo Edison, que inventó el fonógrafo, no sabía cómo se iba a desarrollar, el pensó siempre, como Guillermo González Camarena en México con respecto a la televisión, que el fonógrafo debía ser algo eminentemente cultural, y no sin embargo el desarrollo real del fonógrafo no lo fue del todo.</p> <p>Así, los esfuerzos de personas como Edison en su tiempo y Guillermo González Camarena en el nuestro, prácticamente se diluyeron en un impulso de actividad comercial que se hizo que la fonografía realmente se expandiera, cuando comenzaron a efectuarse grabaciones que la gente quería oír, grabaciones musicales que no tenían necesariamente elementos culturales pero que, desde luego, eran un entretenimiento extraordinario que provocó, primero con el fonógrafo y después con la radio, que la tecnología entrara realmente a los hogares y nos pusiera a todos al alcance del aspecto artístico de la música. En ese sentido, démonos cuenta de que en 1910, para escuchar al Sr. Enrico Caruso, el mejor tenor de todos los tiempos, no había más remedios que, si vivía en México, tomar el ferrocarril, ir a Veracruz, coger un barco, irse a Europa, tomar otro ferrocarril, llegar a la sala donde el Sr. Caruso estuviese brindando sus habilidades al público. Todo esto no lo podrían hacer más que muy contadas personas, una cantidad pequeñísima en comparación a la de aquellos que sólo lo hemos podido oír al existir una grabación, con todo y que lleve 60 o 70 años de haber muerto. Este aspecto de la Fotografía puede detener el tiempo y que se pueda mantener ese tiempo y que se pueda mantener ese tiempo guardado en un disco- es realmente maravilloso, porque en cualquier momento podemos volver a escuchar al Sr. Caruso, muchos años después de su muerte, y lo podremos seguir haciendo eternamente. Hablo de Caruso por dar un ejemplo de esa época, pues ahora sabemos que tenemos a cientos de miles de artistas grabados.</p>
--	---

Memoria magnética

Un invierno posterior fue el de la frecuencia modulada. Armstrong la había desarrollado desde 1930, pero se comenzó a usar en una forma generalizada hasta 1946. Este retraso en su arranque se debió principalmente a la guerra. Por cierto que me tocó instalar la primera estación de FM en 1947, aquí en la ciudad de México.

Desde luego, yo creo que uno de los grandes inventos que siguió al disco fue, luego de la segunda Guerra Mundial, el alambre magnético y después la cinta magnética. Las primeras grabaciones que ya no fueron en cilindro o disco, como se venía haciendo antes de 1890, se llevaron a cabo en delgadísimos alambres de acero que venían en unos carretes. Esta innovación permitió una mejora considerable en la calidad, pero la ventaja principal fue que se puso al alcance de cualquier persona el poder grabar. Anteriormente, la grabación de discos era cuestión de una tecnología muy avanzada, y las grabadoras portátiles dejaban mucho que desear. Además, para hacer una buena grabación en acetato había que convertirse en un experto, y no cualquiera aprendía todas esas técnicas en una forma casera. Sin embargo, con la grabadora de alambre desaparece el problema del operador. Ya cualquiera le da vuelta al control, como encendemos ahora un radio, puede fácilmente grabar sin tener que aprender una técnica muy especial. A los pocos años se sustituyó el alambre por una cinta con propiedades magnéticas, la cual, además de seguir utilizándose, ha diversificado sus usos. Por tratarse de una memoria permanente, que pude conservar información de cualquier índole, ya sea musical, de imagen o de datos, creo que es uno de los inventos más importantes para la comunicación diferida. La cinta magnetofónica se desarrolla principalmente durante la Segunda Guerra Mundial. En los cincuenta ya es de uso común, aunque con sus limitaciones, puesto que los equipos eran caros, además de ser muy voluminosos.

Vidas Desechables

El siguiente invento importante fue el transistor, que permitió la miniaturización de los quipos, por un lado, y la solidez y la seguridad en la duración de los mismos, por otro, ya que los aparatos y base de bulbos siempre fueron frágiles. Los bulbos tienen una vida relativamente corta y consumen una cantidad de energía tal, que hicieron que los aparatos de pilas fuesen muy poco prácticos. El transistor vino a acabar con todas estas inconveniencias, y se presentó como un invento revolucionario en todos los demás campos de la ciencia y de la técnica; a tal grado que falta mucho por ver del final de esta revolución. Algunas ventajas del transistor consisten, fundamentalmente en su diminuto tamaño y en la bajísima cantidad de energía que requiere para funcionar. Por ejemplo, si una grabadora

	<p>como las que usan en la actualidad usara bulbos, requería un tipo de pilas de alta tensión (ya que los bulbos no funcionaban con bajos voltajes), digamos una batería de 135 voltios. De tal manera que la cantidad de energía y el peso total serían del orden de 10 veces más con respecto a las baterías que se usan en el presente: además, su duración sería mucho más corta.</p> <p>Otra ventaja del transistor se refleja en la fragilidad de los equipos de bulbos, ya que el maltrato los inutiliza. Además, los transistores no se deterioran sensiblemente con el tiempo. Incluso, en nuestros días existen transistores que llevan cuarenta años funcionando. Esto les da a los equipos una vida prácticamente indefinida.</p> <p>En realidad, lo que acaba con la vida de los equipos es la obsolescencia. El hecho de que salgan nuevos aparatos con motores ventajas como: ser más baratos, más pequeños, más ligeros y con la capacidad de hacer más cosas, hace que los equipos anteriores tengan que abandonarse, no porque sean inservibles, sino por que carecen de las propiedades de los nuevos. Es una situación que ocurrirá cada vez con más frecuencia, debido a que el desarrollo de la tecnología es también cada ve más vertiginoso.</p> <p>En Órbita</p> <p>Otro punto que me gustaría mencionar es sobre el avance de las comunicaciones través de microondas, y que se desarrollo a partir de la segunda Guerra Mundial. Aquí tenemos, otra vez, el concepto de un sistema de comunicación como el telégrafo de los hermanos Chappe, constituido por una serie de torres transmisoras que requerían de cierta visibilidad entre ellas para poder mandar las señales.</p> <p>En el presente se perfeccionan los satélites, lográndose así un adelanto importantísimo en las comunicaciones intercontinentales. Esto abre el camino al radio, a la televisión y a la transmisión de datos, comunicando un lugar del planeta con cualquier otro, independientemente de las condiciones del tiempo, ya que las microondas siempre fueron problemas con las lluvias y, desde luego, con siniestros como vendavales y ciclones que echaban abajo las torres. Además, los satélites pueden abarcar todo lo que las microondas cubrían, y muchos más.</p> <p>Hombres del éter.</p> <p>México siempre ha estado presente o ha sido líder en los "viajes por el éter", en 1923 con la JH y su recepción en el Polo Norte y, en el mismo año, con el arranque de la radiodifusión comercial de las estaciones CYL y CYB, paralelamente a los países más desarrollados. En 1930, se inauguró la XEW con 50000 en 1934, y que la establecen</p>
--	---

	<p>permanentemente como la estación más importante.</p> <p>En 1938, con 100000 watts, se convierte en la más potente de todas las Américas, al ser escuchada en todo el mundo. Durante la segunda Guerra Mundial, mi padre diseña y construye los transmisores más poderosos de la radiodifusión comercial, con lo que se establecen en México las grandes cadenas de radio.</p> <p>La televisión experimental comienza en México, en 1931 con las pruebas hechas por Francisco J. Stavoli, y la televisión cultural con Guillermo Gonzáles Camarena en 1944, primero en blanco y negro y después en color, a la vanguardia mundial.</p> <p>La frecuencia modulada se inicia en 1947 con XEQ-FM, a la par que en los países desarrollados, y cuando México cuenta con las radiodifusoras comerciales más importantes del mundo (XEW: 250 mil watts; XEQ: 150 mil watts; XEWA: 150 mil, etcétera). En 1950 comienza la TV comercial con el Canal 4, al que le siguen el 2, el 5, el 7 y el 9, por delante del resto de Latinoamérica. En la actualidad contamos con redes de microondas y satélites de comunicación, y se comienzan a proyectar en la UNAM satélites hechos en México. Creo que en este campo de la industria no podemos quejarnos ni de atraso, ni de falta de creatividad: México es conocido en todo el mundo por su música y esto se debe fundamentalmente a sus éxitos "viajes por el éter".</p> <p>Vivian Mansour Manzur. <i>Jabonosos, Espumosos y Antiácidos patrocinadores de la Radio</i>. pp. 13-14.</p> <p>El jabón y el radio.</p> <p>Más que jabón, es el boleto húmedo y resbaladizo para llegar a merecedor de epítetos como culto, galante y moral. Más que jabón fue el blanqueador de las pieles más morenas e inaugurador del verbo "palmovizar":</p> <p>Palmovísese y embellézcase. Palmolive le da suavidad. Es tan suave su rica espuma. Palmolive por eso es ideal. Con aceites de oliva y palma. Palmolive le da suavidad.</p> <p>Enjabónese joven, fricciones bella señorita, deje atrás las groseras pastillas de manteca y glicerina... Tállese la envoltura pesada y material del cuerpo hasta volverla inexistente, elévese a la categoría</p>
--	---

	<p>no de limpio, sino celestial. Pero para rendir el verdadero tributo al jabón, no hace falta usarlo sino comprarlo y agradecerle la oportunidad de ser canjeado por maloliente dinero. No hace falta usarlo sino cantarle; el jabón necesita de loas para su existencia:</p> <p>Jabón colgate con corderam y lanolina, le da blancura, suavidad y la perfuma. Jabón colgate diariamente. Jabón colgate perfumado intensamente</p> <p>Enjabonémonos, pero que las burbujas nacaradas del jabón Palmolive nos salgan también de las orejas para que ellas nos conduzcan al cúmulo de sensaciones, exclusividad y buenas costumbres que componen al radio: el jabón más limpio de todos. Con él se bañaban las conciencias, los errores en la historia; con él se lavaban las bocas que decían malas palabras. Todos se sumergían dentro de la música del radio como si se tratara de un cremoso baño de burbujas. Pero lo más importante: gracias a él hubo una auténtica sobrevivencia de la especie:</p> <p>Florient, el cutis de azar que Florient le da. Florient es perfumado, la llave del altar.</p> <p>El Jabón, dios sencillo, cuadrado, duro en apariencia pero blando, moquiento y sentimental cuando se le usa. Y con esto terminamos de palmovizar esto que antes de este jabonoso discurso era una sucia e inodora hoja de papel.</p> <p>La cerveza</p> <p>Entre el licor y la soda: la cerveza. Enfría la saliva más ardiente abrazando la lengua y la garganta: es el sueño supremo del sediento. La publicidad de los treinta no quiso hablar de estas virtudes y habló de la cerveza como "agua medicinal", "pan líquido" y "amarilla fortaleza". Pero bueno, la cerveza no podía conformarse con labores tan altruistas y la publicidad acabó por verlo así, revelando fantasías que pocos se atrevían a reconocer:</p> <p>Sería delicia suma volverse pato y nadar. si estuviera hecho el mar con cerveza moctezuma.</p> <p>La cerveza fue entonces anunciada como la Alegría de Vivir,</p>
--	--

	<p>tonificante como la misma felicidad. El proletario, después de su jornada, debía encontrar en un sorbo largo de cerveza, la paz y la dignidad del rico.</p> <p>La cerveza también relajaba la lengua de las señoritas, facilitando su conversación a la hora del <i>lunch</i>. Otro delicado detalle para el deleite femenino:</p> <p>Al igual que la época, el envase de la cerveza era galante hasta esos extremos. Así como la espuma es la mediadora entre la boca y la cerveza, la cerveza a su vez se convirtió en un amable conciliador, en una especie de espuma sonora, que anticipa al oyente la venida de los programas. Ser un patrocinador del radio envolvía de prestigio al producto y lo rescataba de la anónima existencia en los abarrotados, bautizándolos como "Cerveza Carta Blanca" o "Cerveza Quijote Colosal".</p> <p>Y ahora, al igual que un espumeante vaso de cerveza, brindaremos con un Jingle gasificado, helado y un poco embriagador:</p> <p>Haciendo patria la cerveza Carta Blanca le ha dado a México un prestigio universal Es Carta Blanca cien por ciento mexicana y por su triunfo es un orgullo nacional. Toda la industria cervecera se engalana con su presencia distinguida y señorial. Si quiere usted tener un rfato de placer deléitese con una Carta Blanca. No beba por beber, prefiera por su bien, la rica y espumosa Carta Blanca.</p> <p>La Cafiaspirina</p> <p>Qué importan el desenfreno amoroso, las disipaciones, el alcohol en abundancia y comida grasosa en su vida. En los años veinte la comida no tenía que ser moderada. Cualquier consecuencia de esta conducta tan temperamental podía ser combatida con un blanco milagro: la Cafiaspirina.</p> <p>Diviértase usted sin temor. Baile cuanto guste, beba cuanto le parezca, coma cuanto lo provoque. Las horas felices son pocas y fugaces. Si mañana se siente cansado, nervioso, y con dolor de cabeza ¡no importa! Con sólo tabletas Bayer Aspirina y Cafeína... volverá a sentirse en pocos momentos fuerte, alegre y sano. Tenga siempre consigo un tubo de estas maravillosas tabletas y así podrá gozar de la vida sin pensar en el mañana.</p> <p>Con la venia de la ciencia, la Cafiaspirina caía majestuosamente por el</p>
--	---

	<p>esófago y civilizadamente, invisible, recorría la sangre destruyendo a su paso infecciones y malestares. Heraldo de la salud, buscaba desesperadamente mantener viva la amenaza de la enfermedad, apoyaba la hipocondría y el achaque. La publicidad que se leía en los periódicos durante los treinta lo confirmaban así. Primero se anunciaba ala tableta jerarca, la Cafiaspirina y después a sus vasallos: la Fenaspirina, “con la que se corta positivamente el resfriado evitando así el peligro de que degenera en pulmonía”. La Adelina calmante de los problemas que padecían los nerviosos caballeros de aquel entonces. El Mitigal que erradicaba el salpullido. El Eldoformo, los Bombones Bayer de Corifina, el Helmitol, y el Cresival eran otras delicias del Menú Bayer, a disposición de la sociedad sugestionable que empezaba a percatarse de las sofisticaciones que podían adquirir la jaqueca y la diarrea.</p> <p>Con el radio, la Cafiaspirina pudo hablar con su grey y explicar a los mortales que se encontraban en una eterna convalecencia. Para darle voz a una tableta, hacían falta un junglar moderno, por lo que la publicidad radiada eligió a los cantantes cono trovadores ideales para esta labor casi evangelizadora.</p> <p>El pobre señor Don Pancho Tiene dolor de cabeza Y no puede salir del rancho Porque es muy grande el dolor. Su cara pálida y mustia Parece la de un cadáver Pero recuerda en su angustia Lo que le diera un doctor Aaaaaay. Con sólo ver la receta Confía en su pronto alivio Y se toma la tableta Con toda resolución. El dolor desaparece.</p> <p>El caballero de enguantada mano que sostenía la pastilla con la seriedad de quien sabe que deja atrás la brujería escondida en los téis, la dama que dudaba un segundo antes de exponerse a esa nueva droga del progreso... ambos tragaban la pastilla y con temor reverencial, esperaban.</p> <p>Que si la Aspirina funcionaba o no, era lo menos importante.</p> <p>El otoño del patriarca. El club Bruguera, Colección literaria Universal Bruguera, p. 87</p>
--	--

Éste no es el poder que yo quería, protestó, y Sáenz de la Barra le replicó que no hay otro, general,, era el único poder posible en el letargo de muerte del que había sido en otro tiempo su paraíso de mercado dominical y en el que entonces no tenía más oficio que esperar a que fueran las cuatro para escuchar en la radiola el episodio diario de la novela de amores estériles de la emisora local, lo escuchaba en la hamaca con el vaso de juego de fruta intacto en la mano, se quedaba flotando en el vacío del suspenso con los ojos húmedos de lágrimas por ansiedad de saber si aquella niña tan joven se iba a morir y Sáenz de la Barra averiguaba que si, general, la niña muere, pues no que no se muera, carajo, ordenó él, que siga viva hasta el final y se case y tenga hijos y se vuelva vieja como toda la gente, y Sáenz de la Barra hacia modificar el libreto para complacerlo con la ilusión de que mandaba, así que nadie volvió a morir por orden suya, se casaban novios que no se amaban, se resucitaban personajes enterrados en episodios anteriores y se sacrificaba a los villanos antes de tiempo para complacer a mi general...

Gabriel García Márquez, p. 15

I

¡Que tempos aquellos chico!

¡Figúrate nada más que entonces, “a bordo” de extinta CYL propiedad de “El Universal y la Casa del Radio”, y regenteaba por don Raúl Azcárraga, tenía yo que hacerla, casi siempre , de anunciador, de artista y de operador!. Me tenía allí moviendo palancas, cantando o silbando, tocando la guitarra y anunciando cada número. Cosa de volverse loco. Pero el edificio me agradó mucho desde el principio. En algunas ocasiones tenía yo que hacerla hasta de mecánico, para reparar algún desperfecto. Empleábamos entonces bocinas de caja de cuatro micrófonos, pues eran las que en aquella época se consideraban como mejores y más eficientes. ¡Y como han cambiado las cosas! Ahora pasas el anuncio de la casa comercial que lo ha pagado, volteas un switch y le dices a tu radio-auditorio, pongo por caso:

“Ahora la orquesta “X” nos presenta una de sus más bellas selecciones,” pasas el contacto al micrófono del salón, y listo. Antes... bueno, antes eran las carreras. Entonces en el mismo salón estaba el anunciador los artistas (si los había) y la parte mecánica de la trasmisora. ¡Y aquello era Juaju!

II

DATOS PARA UNA HISTORIA DE LA RADIOFONIA MEXICANA

Verano de 1924. Inusitada actividad en la azotea de una manzana

	<p>situada frete a la fábrica de cigarros El Buen Tono. Hombres de overol cargados de herramientas. Hombres portando instrumentos musicales. Otros, con fajos de papeles bajo el brazo, iban de acá para allá en un vértigo que parecía n tener fin.</p> <p>En el escenario descrito, donde el overol de mezclilla se rozaba a cada instante con finos ternos de casimir inglés, se inauguraba la hoy decana de las radiodifusoras mexicanas: la CYB de El buen Tono. Y aclaremos: en el primer reparto mundial de iniciales, correspondió la letra C a México y con la Y se representó el tipo comercial de las difusoras, posteriormente, se asignó a nuestro país la letra X, y con la letra E se significó comercial. La sigla C corresponde hoy a Canadá y Cuba.</p> <p>A la hora prefijada convertido en el primer locutor oficial de la CYB anunció el primer programa el señor Gral. Fernando J. Ramírez, que era, en aquella época en que aún se mecía en la cuna nuestra radiofonía, uno de los más destacados radio-experimentadores. A manera de pañales de niño que nacía, ostentaba el estudio un forro de petates- el celotex de aquel entonces-. Cubiertos por grandes cortinajes de franela roja. El piano de gran cola concierto daba la nota de severidad al ambiente. Al banquillo, la que fue la primera pianista de radio en nuestra historia Doña Ofelia Euroza de Yáñez .por cierto esposa del barítono mexicano que triunfara en rotundamente en el extranjero. Francisco de P. Yáñez, cuyos méritos indiscutibles fueron premiados el 18 de septiembre de 1930, cuando al inaugurarse la XEW fue nombrado Director Artístico de la “Voz de la América latina desde México”.</p> <p>Si m memoria no me es infiel, aquella noche veraniega de 1924 llegaron las Sonatas de Beethoven a los pocos hogares que contaban con receptores de galena-minúsculos aparatos de los que salían, como delgados tentáculos, alambres de un número variable de audífonos, constituyendo un rito de silencio y emoción el acto de escuchar en ellos los sonidos entrecortados por la estática.</p> <p>Como la Secretaria de Comunicaciones nos permitía que las antenas difusoras estuvieran en el centro de la ciudad, en la casona de Ernesto Pugibet se erguían majestuosas dos torres sosteniendo la enorme antena, y bajo ella una caseta de madera dentro de la cual con un calor asfixiante, operaba el Maestro Doblado. Esto y una pulga causaron la muerte de Dobladito. En efecto: al estar operando sus controles, sintió el buen amigo los piquetes y carreras intolerables del animal, a quien se empeñó a dar caza, despojándose primero del saco, después de la camisa y por último de la camiseta. Resultando: una pulmonía doble y la pérdida de uno de los mejores elementos técnicos con que contó aquellas primera etapa de la radiofonía.</p>
--	--

Pero la vida y el progreso siguen su curso, indiferentes a las alergias y las penas que ocasionaba. La CYB acaso ideaba solo para dar publicidad a los tabacos del Buen Tono, empezó a vender tiempo a otros anunciantes y, al descender de la azotea, ascendió en categoría. Convirtiéndose en la renombrada XEB, y al desaparecer la CYL, de EL Universal y el Garage alameda, quedó como la decana de las difusoras mexicanas- decanato que aún ostenta con legitimo orgullo.

Humberto G. Tamayo y sus Miniaturas Sonoras.
Vivian Mansour Manssur, p. 17

No existe cementerio alguno para las voces del cuadrante, por lo que se hace necesario para un investigador radiofónico el recurrir a la invocación y el espiritismo. Una cacería de voces es mucho más difícil que una cacería de espíritus y eso se debe a l extraño material del que está constituido la voz: es resbaladizo, pulverizable e incoloro. No se adhiere a la pared ni se puede recatar al respaldo con una espátula. Más volátil aún que la materia de un fantasma, es la consistencia de un recuerdo.

Por ello, estando inmersos en una sesión espiritista, una voz responde a nuestros llamados a través de unas cintas viejas. En una voz fría, muy enfática, gangosa casi. Chasquea las palabras, recita en frases cortas y rimadas lo siguiente: “La taquicardia es dolencia peligrosa a mi entender, pues si el médico la cura, la retienta la mujer.”

No podemos evitar estremecernos de emoción tenemos el espíritu de la voz del locutor yucateco Humberto G. Tamayo.

Yucateco{el, no su voz, que está domada y obligada a adoptar un tono lineal y neutro. La voz vuelve a hacer otra aparición hablada...

Los hombres son el demonio,
Dicen las mujeres,
Pero siempre están deseando
Que el demonio se las lleve.

Aunque la voz parece practicar continuamente la seducción, lo hace de manera muy velada, no empleando los recursos de otros locutores: Humberto G. Tamayo no cubrió su voz con miel y lentejuelas al igual que otros hombres del micrófono como pedro de Lille o Manuel Bernal: más bien vistió de Frac a sus palabras y las volvió letradas.

Pese a toda esta solemnidad, la voz de Tamayo atraía a las radioescuchas, de orejas ya de por si propensas al sonrojo ante las voces masculinas, como buen cazador, se preciaba de conocer a las

víctimas...

¿Te paso eso, Pedro?
Me da Pena
Te sientes mortificado
Por que a ti, tan ilustrado
Y me han preferido una bella
Tenia que ser así
Le hablabas siempre de ti:
Yo, al contrario,
Le hablaba de ella.

Pero esta faceta suya de adorador también lindaba en la irreverencia, lo que matizaba considerablemente los encantos de su musa.

Bien fue que a las mujeres no las dotara de
Barba El Hacedor
La causa es clara, pues ¿qué barbero las
Rasuraría si ellas mueven los labios todo el
Día?

La sociedad de los cuarenta aceptó que el ingenio puede justificar la insolencia.

En la XEB le tocó la campana a una aficionada que lo estaba haciendo mal. Al final del programa, un hombre se le acerca: “ Le odio... por que le tocó la campana a mi hermana”.

Tamayo le contestó, sin perder su aplomo: “Más me odiaría si le hubiera tocado otra cosa”

Pero también la cultura podía volver entendible la excentricidad. De esta manera Humberto G. Tamayo era salvado por su ingenio y por su supuesta cultura. Se le llamaba “El Petronío mexicano” y se cultivada biblioteca, “una de las mejores del mundo”, lo envolvía en un aire respetable. Se dice que buscaba desterrar el ambiente frívolo de la radio, era el filósofo del aire, pero también el memorioso, el sazoador cultural de la sopa radiofónica, el versificador del chiste, el publicista refranero y el griego aforista que no dudó en recurrir al micrófono para aumentar su congregación.

“Aunque la radio sea rapidez que en su locura me abisme, jamás podrá superar la velocidad del chisme.”

La Radio por lo Redondo

El Panzón Panseco

(primera parte)

Ricardo de León Banuet a Jorge Miranda

	<p>Panzón Panseco: "El genial cómico": " "El hombre de las mil formas": "El de la silueta voluminosa y ágil"; "El incorregible"; "El gitanazo de México"; "El gran excéntrico"; "El hombre del espesor distinguido, alegre siempre como unas castañuelas"; "El micrófono y aerodinámico": "El micrófono aerodinámico"; "El esférico"; "El hombre globo que sugirió, por la línea curva, la invención de la bomba atómica"; "El perfecto conocedor del alma humana"; "El humorista radiofónico por excelencia"; Arturo Manrique</p> <p>Se puede dudar cuanto se quiera de la exageración o efectismo de cada una de estas frases extraídas de programaciones, carteles, programas de radio, críticas y chismes de prensa. Sólo considérese que la lista de moteles podría alargarse mucho más, sin necesidad de repetir ninguno: "El hombre de la vehemente y lacia personalidad", "El artista de cine y radio, de peso completo", "El azote de los descompositores musicales"... Nada más recuérdese de sonarizar con estos lemas recurrentes un intervalo de cincuenta años en la radio mexicana, de la propia historia de la radio mexicana, desde que Arturo Manrique inició su carrera en la CYH de Monterrey en 1921, hasta por los menos 1969, cuando diariamente hacia efectivo el título de su programa <i>Diario, corazón de un hombre</i>, en una de las principales emisoras de la capital y del país.</p> <p>Los jóvenes nacidos en los años sesentas todavía tendrán una vaga resonancia de <i>Panseco</i> a través de sus parientes mayores de edad o, si crecieron en provincia, a través de los programa exitosos de la capital, retransmitidos por las emisoras locales. Para la generación de los setenta, el nombre comenzará a timbar como el de un arlequín medieval, un pícaro del siglo de Oro, una fabulación infantil dieciochesca o cualquier otra antigualla del humor. "Pan-Seco", "Panzón Panseco". ¿A quién le pudo hacer gracia un juego tan ingenuo de sonidos e imágenes? ¿Sólo a un interlocutor simple, primitivo, igual de remoto que el nombre del personaje?</p> <p>Apenas veinte años nos separan de aquel programa que contaba con uno de los elencos más brillantes y armónicos de la radio mexicana. Lucila de Córdova, Rita Rey, Carlota Solares, Salvador Carrasco, Omar Jasso, Pedro D'Agillon, todos ellos acompañados y dirigidos por Arturo Manrique <i>Panseco</i>. Apenas veinte años. Suficientes para fruncirle la boca y elevarle sus cejas y los hombros indiferentes a un joven lector con los mismos veinte años de edad, y que no sabe nada acerca de esos nombres, ni está obligado a saberlo, ni a preocuparse siquiera de que escaseen los medios técnicos para saberlo.</p> <p>Cincuenta años de existencia radiofónica contra diez, veinte años de olvido creciente. Qué o quienes responden por tal pérdida. Antes que nada y que nadie, el oficio. Los que trabajaron para la radio mexicana</p>
--	--

en su primer medio siglo de vida tenían conciencia de que invertían su tiempo en una alcancía desfondada o fácilmente desechable. No lo lamentaban demasiado. Para qué, si era malgastar el tiempo, el único que valía oro puro para la radio: el ahora, en este preciso, profundo, ancho, perdurable o prescindible instante.

No hay mucho modo de demostrar que los uno cree perdurable en verdad lo sea. Llevar la contra a la naturaleza de la radio tiene un costo alto. Para dar a conocer a *Panseco* entre quienes nunca lo escucharon o lo vieron directamente, se tiene que apelar a un acto de fe de su parte. Fe doblemente ciega por sorda. Apostolado en segundos grados. Hoy día *Panseco* vale por lo que otros, que si lo vieron, que si lo oyeron, pueden decir de él.

P 19

Más estrictamente, *Panseco* vale por lo que otros nombres- de estaciones, programas, artistas, sitios, eventos- le abonen como prestigio a su curriculum. Casi un círculo esotérico, sólo para iniciados en la Nomenclatura de la radio mexicana, con algunos nombres reconocibles gracias a las viejas películas de la televisión o a las emisoras que programan música "nostálgica". Como en pocos temas, es indispensable una aguzada memoria para que el roce de un nombre con otro haga resonar el valor de cada uno y el que se agreguen recíprocamente.

Un sobrenombre que era un personaje(*Panzón Panseco*) usurpó un apelativo y un cuerpo civiles (Arturo Manríquez). Un *slogan* de combate ("El creador de *La hora del aficionado*" en México") trono como su primer cohete respetable de la Ciudad de México, para alentar con artistas igualmente empeñados en construirse en construirse como leyendas en la XEB de los años treinta (Jorge Marrón *Dr. IQ*, Humberto G. Tamayo, Ernesto Riestra, Alfonso Esparza Oteo, Pedro infante).

Un bautizo publicitarios de dudosa estirpe (¿"El creador de *La hora del aficionado* en México?") fue sustituido paulatinamente por otros recursos más demostrables (bailan de tap, compositor, barítono entonado, ejecutante de piano, violín, guitarra, contrabajo).

Una primera sociedad artística potenció su imagen al lado del pianista Ernesto Belloc ("con su boca botón carmesi y sus labios de parábola"); luego con Jorge Treviño (*Panseco* y *Panqué*: "La pareja cómica en *La mujer del puerro*": ¿No recordáis sus magníficos éxitos con el teatro revista?"); después con Jorge Treviño y Samuel Zárate("El trío excéntrico de *El Buen Tono*"), hasta alcanzar el número de *Los cuatro vagabundos* en la **XEB** ("El número más original que presenta actualmente la radiodifusora en México"; a adivinar en quién más se

	<p>desdobló <i>Panseco</i> , el ruso <i>Petrovich</i>, el italiano <i>Pictro</i>, el gallego Perico). Un habito eventual. Presentartse en un grupo de todas las operaciones (<i>Los Pansequini</i>).</p> <p>Arturo Manrique, clásico hombre fronterizo, tan natal de Nuevo León como del otro lado del Rio Bravo, habrá aprendido varias reglas del espectáculo durante su trabajo en las estaciones norteamericanas QMOX y WIL, en los años veinte. Una ética, una normativa inmediatamente compatibles con el espíritu empresarial regiomontano.</p> <p>Se puede suponer la primera real, a la que fue permanentemente fiel: si hay talento, no desaprovechar ninguna oportunidad para hacerse de un nombre, alterar aquel que resulte ya incomodo magnificar el que siga siendo adoptivo, si se cuenta con más de un don natural, arriesgarlos en cuanta empresa reditúe buenos dividendos a corto y a largo alcance.</p> <p>El nombre, siempre culto al nombre, que suene donde sea, pero que sirene. Confiar en la reverberación de esos cuerpos singularmente vibrantes que son los nombres. Aquello de lo que no se ha oído hablar, oído leer, ido contemplar, no hay manera de buscarlo y menos de encontrarlo en el Mercado.</p> <p>Desde su fidelidad al nombre Panseco. Arturo Manrique escribió su extraordinaria intuición radiofónica.]Con esa forma y esa intuición podía extenderse de la radio a la prensa, como en la seire de XEB Los Gallos Ki-Ki-Ri-Ki, con la “doble orquesta” de Roy Carter, aquel escribía t actuaba, este musicalizaba “dramas cómicos” del tipo “El gallo de la pasión olas medias de Agripina”, que el propio Panseco reseñaba más tarde en alguna publicación conocida, hablando de si mismo en tercera persona.</p> <p>“Panseco personalizado un sheriff de largos bigotes, va a la caza de un bandolero de las estepas; los caballos de la policía, que van a las ordenes del actor, galopan siguiendo un ritmo preciso para detenerse exactamente en acorde perfecto, luego el sheriff tiene un glorioso altercado con el bandolero, quien después de larger algunas bravatas, se echa en sus brazos amorosamente, dispuesto a ser encarcelado, en vista de la simpatía personal que emanada Panseco. Este se emociona con aquel rasgo de pasión y juntos, bandolero y polizonte, entonan una canción de Miguel Prado. El sketch termina entre vítores de los actores y con beneplácito irreprimible del auditorio. Entonces la charanga de Roy se arranca- marchita el alam- paso redoblado y Panseco aferra el contrabajo y toca, en un momento dado suelta el bajo y toca la fluata, por casualidad, después se sienta en el piano, y</p>
--	--

	<p>no lo dirige el auditorio que llan la sala y produce cuatro chistes que hacen saltar las lágrimas de la concurrencia.</p> <p>P 20</p> <p>Una caricature (Panzón Panseco) podía jugar todo lo camaloénicamente que quisiera (presentaciones en vivo como Nerón, con todo y túnica y corona de laureles, o como torero declamando a Hamlet), pero imponiéndole un patrón insalvable al caricaturista (Arturo Manríquez), diseñándole un trazo permanentemente al cuerpo físico, “real”, que le daba cabida y al que a un tiempo remolcaba (porque “entre más barriga tenga, más popularidad afirmará”).</p> <p>Una alteración que era literalidad pura (aparte lo Panzón: pan blando, fresco en el oficio y Pan Seco, duro en el trato fuera del trabajo).</p> <p>Un personaje finalmente, cuya glotonería inventada o documentable (una típica foto ¿publicitaria?: Panseco panza arriba en un sofá, descalzo y patacruzado, corrige un guión con la ayuda de varias Coca-Colas) tendía a devorar cuantos personajes y personas lo acompañaban en el micrófono y en la memoria (es más fácil recordar a Ramiro Gamboa como Tío Gamboín que como patíño de Panseco: a Rita Rey como “villana” de radionovelas que como “novia” de Panseco)...</p> <p>Quién sabe cómo le fue a Arturo Manrique en la XEB, antes de sumarse a la XEB, antes de sumarse a la XEQ a finales de los años treinta. Naturalmente la enorme proyección de esta última opacó, queriéndolo o no, una etapa previa, rica en ensayos y errores. Quedan, sin embargo, algunos rastros de su combativa ambición para hacerse de un lugar en el mundo de la farándula.</p> <p>Arriesgó su odio- y algo más- al remeter contra el infinito plagio que es la música popular mexicana. No dejaba títere con oreja original cuando conjugaba la música en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Transitiva: “aquella con la que, por excesivamente vulgar, todo mundo transige o debe transigir, como “La Mancornadora” - Derivada: “la que se deriva de otra, como “Palmerea”, que se deriva de “Alondra”. - Simple: “La que ha sido plagiada de una sola selección, como “Besos” de Marie Grever”. - Compuesta:”que se compone de dos o más plagios mancomunados o mancornados, como “Cabeza Negra”. - Personal: “Compuesta por una sola persona, sin ayuda de nadie-no hay ningún ejemplo” - Impersonal:” la que no está compuesta por la persona que se
--	---

	<p>asegura haberla compuesto, aunque lo jure y diga “Júrame, Júrame”.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auxiliar: “La que se guarda cuidadosamente en delicados archivos, para copiarla llegado el momento”. <p>Actualmente a pocos sorprende saber que tal o cual canción procede de tal otra, y ésta de otras parecidas, anteriores o contemporáneas. Columnas periodísticas especializadas, libros discos, grabaciones, programas de radio y televisión, han generalizado una cultura musical que expropia y re-colectiviza mucho de la obra de autores individuales consagrados. Pero en los años treinta, con sus constantes discusiones en torno a la pureza de ideas y sentimientos, podía ser afrentoso tachar de “irregular” a la mayor parte de la música mexicana, por no dar “adivinar si es música o ruido, fox, huapango o bolero”. De un solo golpe, Panseco descremaba también la apasteladísima retórica con que sus colegas actores/compositores/intérpretes en películas/teatros/centros nocturnos mexicanos, pero sobre todo en la radio, modeladora cotidiana del gusto musical.</p> <p>Muy poco se puede recuperar de esta etapa en la que Panseco buscaba renombre metiéndose en los grandes nombres, como suponemos lo hacía en su programa Caricaturas musicales, apoyado por el teclado crayola de Ernesto Belloc: “Si la música tuviera un mismo metro, constante y sonante como el verso ordinario, sería de una monotonía Diego Rivera ! ¿Verdad, Ernestoooooooo?”. Mis caricaturas de aire contra tus montones de muro. Panzón Panseco vs. Sapo Rana.</p> <p>P 21</p> <p>Para imaginar los primeros trabajos en que Arturo Manrique se probó y con sumó como un excelente adaptador radiofónico, habrá que localizar referencias o grabaciones de sus modelos en E.U. Un ejemplo entre tantos sin memoria de su origen: el concurso radiofónico sobre cine, Do You Want, transmitido por la NBC desde Hollywood, y aclimatando por panseco en dos series famosas de la XEB, La hora del Actor y Actor de cine.</p> <p>A diferencia de los plagiarios musicales a lo que ridiculizaba, Manrique nunca ocultó sus admiraciones y deudas hacia el sentido de humor y del entretenimiento norteamericano. Del circo al teatro de variedades, del cine mudo a las películas habladas de El Gordo y El Flaco o de los Hermanos Marx, de las labores y revistas de chistes a las comedias e improvisaciones radiofónicas.</p> <p>Esta dependencia es la que hace afirmar al productor de radio Manuel Bauche Alcalde que Panseco fue más talentoso que genial; no hay una obra radicalmente original a partir de él, verdaderos genios que hayan</p>
--	--

	<p>pasado por la radio mexicana: Cri-Cri. Silvestre Revueltas...”Panseco fue un hombre de gran talento, con momentos geniales, pero hasta ahí”... Suena sensato y claro. Pero quedará siempre la duda sobre cuántos de esos “momentos geniales” surgieron a lo largo de cincuenta años etéreos, irrecuperables. Cuántos de esa cuenta permanecen por derecho propio y exclusive a Arturo Manrique. Hasta qué punto el “adaptador” puede superar “genialmente” a su paradigma. Cuántas y cuáles veces Panseco estuvo a la altura mágica de W.C. Fields, Groucho, Stanley, Tin Tan, Cantinflas, Pardavé... Como saberlo, quien tiene pruebas, donde consultaría cuando se trata de la radio. El dicho no explica ni consuela, pero ayuda de nuevo a finger una respuesta:” Son gajes del oficio”.</p> <p>Una panza en la radio, como la de Panseco, era la tambora escandalosa de un largo desfile de prototipos universalmente parodiabiles (La Suegra Metiche, La Novia Espantosa, El Juez Ternaza, El Potentado Petulante...). Una panza de un regiomontano que se las daba de cosmopolita (“El hombre más agarrado del mundo”), que se jactaba de vivido (mantecoso mandilón con las mujeres, achicado grandulón con los hombres).</p> <p>Un ventrudo bufón que de propia boca se inflaba aun más, se enseñoreaba del aire como gigantesco dirigible de feria, repartía alfileres entre los personajes acopañantes y entre el público, para someterse lloriqueante a la multitudinaria pinchezón (“Un precedente en la historia de la radio en México, recibiendo más de cuatro mil cartas por semana”).</p> <p>La siguiente es la etapa del mexicano éxito, la preponderancia humorística prácticamente indispensable en la radio, el tuteo con otras celebridades, diríase con las mayores del momento. Etapa de una época en la que, cuentan, todo relumbraba dorado. Y en Arturo Manrique, la de su mutuo alquiler con la XEW y, más comprometido, con la XEQ de los años cuarenta y cincuenta.</p> <p>Si hemos de dar crédito al rumbo del pasado, destacar en esos tiempos de abundancia de talentos y feroz competencia no ha de haber sido fácil. Mucho menos todavía mantenerse encumbrado, encumbrado haciendo reír.</p> <p>Se ha de fiar en la prensa de la época, hay varias notas favorables de panseco. No faltará quien desdeñe esos elogios impresos, al fin del juez que decidía la popularidad de los programas era la parta misma que los propiciaba y promovía: la revista Radiolandía y el sistema radiofónico de Emilio Azcárraga Vidaurreta: es decir, los equivalentes radiofónicos de los actuales Teleguía y Televisa.</p>
--	--

	<p>Una sospecha semejante puede dirigirse contra los premios anunciados por Radiolandia para Panseco como productor, humorista y cabeza del mayor programa de los años 1948 y 1949: Variedades Forhans de XEQ.</p> <p>Las reservas podían tener una base más simple: el Viejo asunto del nepotismo, el compadrazgo entre Arturo Amnrique y Enrique Contel, gerente de XEQ y muy allegado a “Don Emilio”. ¿O van a decir que fue por puro talento el que llevó a panseco como productor de los dos únicos programas que la XEQ transmitía a más de 200 estaciones repetidoras de E.U. en los años cuarenta: Calling Panamerican y Dance Time in México desde el lujoso centro nocturno Ciro’s del Hotel Reforma?.</p> <p>Sin descartar estos hechos y argumentos posibles-dentro de la historia imposible de la radio mexicana, como afirmar o negar algo categórica, irrefutablemente, una verdad llanísima parece prevalecer: la métrica de las ventas. Y Panseco en la radio logró la prodigiosa hazaña de sostenerse rentable durante cuatro décadas tandistintas como las de los treinta a los sesenta, o sea desde antes y aún después de “la época de oro”.</p> <p>Muy pocos vivían de la radio en esos años. El medio era enfáticamente eso: un medio para vocearse, exhibirse, acreditarse al lado de otros nombres, aproximarse a los horarios y apellidos más cotizados, merecerse el dilema entre ser exclusividad de una firma comercial o brincar ventajosamente de firma en firma.</p> <p>Al nombre, que lo sobre nombra su linaje mercantil y sus meses mínimo- o años al aire como etiqueta Sonora de las grandes marcas. Bimbo, Coca-Cola, Forhan’s, cigarros Delicados, Casinos y Monte-Carlo, Emulsión de Scott, PEMEX, tiendas 1-2-3 y Junco, fueron algunos de los patrocinadores que respaldaron a Panseco, y que no iban a despilfarrar dinero ni prestigio en un anónimo real o funcional. Pero el también los respaldo con la mercancía del humor, más excepcional y codiciada en tanto mayor auditorio diverso convocaba.</p> <p>Por con seguirle clientes a los clientes de XEQ y XEW, Panseco exigiría a cambio ciertas libertades. La primera de todas: tomar a la radio como un fin en si y ser un amante profesional de ésta, que sin duda era una poderosísima plataforma publicitaria, pero que para artistas como Arturo Manríquez era antes que nada un idioma otro, con intervalos medios de ritmo y emplazamiento, con una maleabilidad, temperatura, fricción y fuerza hipnótica muy superficialmente exploradas en México.</p> <p>Panseco, agente de ventas de Manríquez, cobraría lo más caro que se</p>
--	--

pudiera por el privilegio y el tormento de una existencia radiofónica absoluta: escribir, actuar, producir para si mismo y para otros con quienes él eligiera convivir como creador y como personaje. De haber genialidad, comenzaría desde este reto y esta voluntad en juego; se continuaría, todo lo regateaba que se desee, en una obra plural y compleja, arriesgada y renovadora, absorbente y delirante, sostenida e insuperada, y desembocaría en el destino que se propuso: la memoria entrañable de quienes la escucharon... y ahí si, que cada uno le mida su talla a su genio panzón.

Este artículo tuvo como información básica el álbum de recortes de Panseco, que su hijo Jorge Manríquez presto en 1989 al Museo Nacional de Culturas Populares; así también el disco que está institución grabó con programas y canciones cómicas de Panseco, como parte de una serie discográfica dedicada a la radio mexicana, bajo la coordinación de Alfonso Morales Carrillo y Jorge Miranda(†)

La Larga y Nostálgica Oreja de la Radio, p.23

Antonio Skármenta

Hace un par de años se presentó con éxito en México la obra de teatro Ardiente Paciencia, del escritor chileno Antonio Skármenta (Antofagasta, 1940). Próximamente la editorial Cal y arena publicará su novella Ma tchball.

Cuando los escritores latinoamericanos nacidos alrededor de los años 40 toman como tema de sus obras el melodrama, rinden un homenaje a la vida cotidiana de su infancia, cuando en las amplias casonas, unas solteronas abuelas tejedoras, sirvientas eficientes y estudiantes rezagadas, se arrimaban alrededor de chirriantes parlantes a oír tras el almuerzo piezas sentimentales o macabras.

Durante mucho tiempo los autores que habían crecido oyendo los suspiros de amor de las heroínas radiales o los guturales sonidos de la deliciosa garganta bien rebanada por el cuchillo de un extirpador, se resistieron a emplear estos elementos en sus ficciones, conscientes de que era un arte hecho con trucos baratos, destinados a halagar el mal gusto de una población con pocas exigencias estéticas. Pero en mi grupo generacional la Mirada se bifurca también a estos subproductos, reconociendo en ellos el horizonte concreto en que se vivió.

Los narradores y poetas jóvenes asumen hoy con entusiasmo las

	<p>formas vulgares de arte, ya sea para encontrar en ellas una secreta poesía, o bien para leerlas satíricamente. Así, no es extraño encontrar en su literatura frecuentes alusiones a letras de azucarados boleros, comics, venenosos tangos, erudiciones en hazañas de boxeadores, citas de poemas cursis que las pálidas enamoradas con los cachetes iluminados de colorete destacaban poniendo una hoja seca dentro de un libro.</p> <p>Quizás el primero en hacer una literatura ambigua, donde el melodrama servía de conductor a un retrato deseado de la sociedad latinoamericana podrida en inhibiciones y prejuicios, fue el argentino Manuel Puig, hoy en Rio de Janeiro. Y a los títulos de sus primeros libros en la década del 60 constituían una especie de programa de recuperación de los melodramas radiales, los films folletinescos, las canciones lacrimógenas.</p> <p>Títulos como Boquitas pintadas, La maldición de Rita Hayworth, destacados sobre portadas que inequívocamente evocaban con sus dibujos las primeras páginas de revistas para mujeres, la propaganda de sedas para enaguas de los diarios ilustrados, o los afiches hollywoodenses, alteraban al lector y al crítico que debían contar desde ahora con la tradición subcultural de América Latina en una doble vertiente: como un ejercicio de nostalgia que la mismo tiempo buscaba afirmar una identidad cultural y como una paranoia, donde, hay que decirlo, el primer impulso cínico solía matizarse de ternura a medida que los autores se iban encariñando con los personajes que pretendían satirizar.</p> <p>HACIA LA INFANCIA</p> <p>Mi infancia fue un largo idilio con la radio. Mi abuela que era gorda, de diligentes dedos con los que tejía cien chalecos por mes para regalarlos en sus cumpleaños a los familiares, acompañaba su laboriosidad oyendo melodramas tras el almuerzo. Todos los otros miembros de la casa eran condenados por ella a dormir la siesta para que la radio reinara en Gloria y majestad.</p> <p>En las pausas comerciales del melodrama, mi nona pronosticaba con fuerte acento yugoslavo lo que pasaría en los próximos minutos a la heroína: “dios la va a ayudar y recuperar la vista” (si era ciega), “un señor de Buena familia la va a sacar del burdel y se va a casar con ella”, “le van a cortar el dedo para robarle el anillo de oro”, “va a haber un viaje a Estados Unidos y un médico famoso le va a curar la sífilis”. Teniendo en la alfombra del comedor, yo dibujaba los héroes y villanos, sacando de vez en cuando cookies yugoslavos empolvados en azúcar flor de una caja de lata adornada con motivos de una cacería de zorros en Gran Bretaña.</p>
--	--

Si la radio ocupara gran parte de mi vida en la provincial chilema, cuando emigramos con mi familia a la gran Buenos Aires, se me transformó casi en una profesión. Desraizado de mi pueblo, mientras mis padres trabajaban, ella fue mi única compañía.

Antes de la escuela trabajaba como repartidor de frutas en el almacén de la esquina, y después de la escuela al amparo de un tarro de manjar, varias crujientes baguettes, y un café con leche, me oía cuantos melodramas fueran posibles hasta que mis padres volvían a casa y me obligaban a “apagar esa bazofia”.

Los melodramas se transmitían en series que duraban hasta dos meses, interrumpiéndose cada episodio en el instante culmine cuando el malvado se disponía a balear a la heroína, o cuando el joven tímido, que ha soñado hacer el amor durante años con la bella del pueblo sin hablarle jamás, se animaba a decirle en la iglesia: “Susana, tengo algo muy importante que confesarle” ¡Estasis de violines, timbales, órgano!

p. 24

Yo me comía las uñas, y después de las jornadas de melodramas salía a caminar por el barrio obsesionado por el destino de los héroes radiales, un poco confundido con la frivolidad de los otros chicos que jugaban despreocupadamente futbol en los potreros, o que se sentaban en la vereda a leer el Pato Donald o el Ratón Mickey. Yo lo único que quería es que llegara el día siguiente para que Juan Carlos (siempre los galanes se llamaban Juan Carlos) pudiera besar a Susana, o para que en la otra serial el otro Juan Carlos desviara la mano que empuñaba el revolver que materia a alguna otra Susana.

GLORIOSAS REPRESENTACIONES

Para mi perdición- y presume que la de cientos de otros- oí un día, al final de un episodio en que el violador entraba por la ventana al cuarto de la novia Virgin cuya boda tendría lugar al día siguiente con Juan Carlos, que una versión teatral del melodrama radial podía ser vista la semana entrante “en los siguientes teatros”. El locutor, con voz trémula, prometía que en la versión teatral se daba la obra completa y que todos los enigmas quedaban puntualmente resueltos.

Las funciones tenían lugar en pueblos perdidos de la provincia de Buenos Aires. Junté mis ahorros, compré pasaje de tercera clase en trenes asfixiantes o nombrados de humo negro, y comencé a hacer la cimarra para asisitr a las gloriosas representaciones.

Las salas se llenaban de empleadas domésticas, vendedoras y abuelitas

	<p>impacientes. Los decorados eran de cartón. Una elegante mansión donde agonizaba de tuberculosis el conde Juan Carlos se insinuaba con un bastidor pintado color oro encima del cual se dibujaba con brochazos verdes un par de columnas dóricas. Si Juan Carlos era un pobre chico abandonado en una población proletaria soñando que un día bajaba de una limousine su madre regenerada vestida en pieles, el cartón era gris y amenazada con una foto en colores del equipo de futbol Boca Juniors tomada de la portada de la revista deportiva El Gráfico.</p> <p>Al fin de las funciones, subía con los otros espectadores a pedirles a los eximios actores autógrafos que acumulaba en mi cuaderno de matemáticas.</p> <p>La actriz que hacia de Susana que estampaba un beso húmedo en mi mejilla escolar, y hasta hoy recuerdo la excitación que me producía oler su espesa capa de maquillaje y el olor mítico de esas blusas románticas que apenas controlaban los senos fogosos. También hacía cola tras las tías solteras y las colegialas que querían una firma de Juan Carlos, Cuando llegué hasta él, rayó una hoja entera de mi cuaderno, y me dijo entre dientes:</p> <p>-¿En serio te interesan estas boludeces, pibe? - En serio- contesté, ruborizándome -Esto yo lo hago para ganarme unos mangos. No te tomes estas macanas al pie de la letra. Lee a Shakespeare, a chejov, a Ibsen. Háceme caso.</p> <p>FAMA LOCAL</p> <p>Pasaron algunos años antes de que siguiera su consejo. Mi visita a los teatros me procuró un número status y una fama local nada despreciable. Como repartir frutas de puerta en puerta en las mansiones de Belgrano entraba por la puerta de servicios hasta las cocinas, donde las empleadas domésticas me pagaban, o las mismas dueñas de casa medaban una propina.</p> <p>Pronto divulgué que estaba en posesión del desenlace de los melodramas que todas ellas escuchaban en la tarde. Me sentaban entonces a la mesa, me destapaban una Coca-cola, me duplicaban la propina, y me hacían narrar con pelos y señales la boda entre Juan Carlos y Susana. Todos los melodramas culminaban con la boda de Juan Carlos y Susana.</p> <p>Aumente mis ingresos considerablemente, y haciendo cuentas, las inversión del pasaje en tren y entrada al espectáculo era recuperada con creces. Pero aparte de eso, dichosamente, una alegría me brotaba</p>
--	--

	<p>desde la medula de los huesos. Al contar el desenlace de los melodramas. Lo hacía yo con mis palabras, con mis ingresos, con mis pauses dramáticas, con mis silencios, por qué no decirlo, con mis mentiras, cuando los episodios radiales me parecían in convincentes o pálidos. ¡Las palabras!.</p> <p>FANTASIA RADIAL</p> <p>Volvimos a Chile. Seguimos oyendo radio. Seguimos soñando.</p> <p>En 1963, se jugó el Mundial de Futbol en Chile y el país fue invadido por la televisión. Los fantástica locutores radiales que hacían del más aburrido partido de futbol una contienda mítica quedaron al desnudo.</p> <p>Otra elección en mi vida. La radio era el dominio de la fantasia, la televisión apenas llegaba hasta los umbrales de la realidad. Mirando las desoladas imagines en la pantalla, propuse a los chicos del barrio sacarle el volumen a la tele y poner la narración del partido de Sergio Silva y Dario Verdugo, dos locutores radiales, que lo que no veían con los ojos lo veían con la lengua.</p> <p>No se qué dicen los expertos. Pero ese fue el campeonato mundial más excitante jamás disputado.</p>
--	--

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la Radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 1996

	<p><i>Con la música por dentro. “El Universo de la Radio”. México: otoño de 1996, Vol. 1, No. 3, pp. 17-24.</i></p> <p>A LA CAZA DEL TALENTO Y EN LA BUSCA DEL NEGOCIO La industria del disco en México</p> <p>La entrada Dice la anécdota que cuando Pedro Infante llegó a la capital, buscando una oportunidad para acceder al mundo artístico, fue directamente a la disquera <i>RCA Víctor</i> a probar suerte. Llegó tarde y no le abrieron la puerta: ya tenían a Jorge Negrete. Salió de allí, caminó algunos pasos más y se contrató con Peerles. Pocos años después, hubo más de uno que se lamentó de no tener en su catálogo piezas interpretadas por el provinciano de Guamúchil, pudiendo haberlas tenido.</p> <p>Edmundo Ortiz Ibarra</p> <p>El Principio Pero así es el negocio, unas veces se gana y otras no. De hecho, se sabe si un artista o un álbum tiene éxito o no, sólo hasta que las máquinas registradoras lo dicen. Por lo menos esa es la percepción de Luis Arias Becerra, director general de Sonopress, empresa líder en la producción de discos compactos y cassettes, quien comenta que en el inicio del proceso de grabación de un disco, el artista, el compositor o cantautor hace “una cita con el director artístico de una compañía (disquera) y presenta su producto (...); si se le considera bueno y que puede ser comercializado, y, al final de cuentas producir una retribución económica para la empresa, se acepta. Para ello también se evalúan cuestiones como el monto del contrato, la inversión que se va a realizar, la rapidez en la recuperación, etc. finalmente, todo es cuestión de negocios. “Existe mucho riesgo en el manejo de los discos. Entonces el manejar una compañía es tratar de eliminar o llevar los riesgos a su mínima expresión, con gente que dedique su experiencia y talento a explotar comercial y artísticamente el talento de los demás. Eso (...) es la</p>
--	---

	<p>esencia de la producción de un fonograma y bajo ese criterio es que los directores artísticos escogen una obra que garantice el éxito de ventas: una obra comercial”.¹</p> <p>El director artístico es una pieza clave en el proceso de selección y elaboración de un disco: decide si una composición entra en el catálogo de la empresa, selecciona al intérprete, arreglista, músicos, coros y recomienda los ajustes que considera adecuados. Es el creativo y el visionario.</p> <p>Por supuesto, el director artístico también pone sobre la mesa cuestiones como el tipo o “color” de voz del artista, si propone algo distinto a lo ya existente y si sus cualidades técnicas de interpretación y presencia escénica lo diferencian de las demás cantantes, es decir, el tema de la estética no se hace de lado y se le da su justo valor.</p> <p>Sin embargo, aun después de que los directivos de la empresa en conjunto evalúan hasta el último detalle –las obras que compone el disco, las contradicciones, el arreglo, los ensayos, la planeación y realización de la grabación, el montaje, la selección del tema de promoción, la duplicación-, no se sabe a ciencia cierta la respuesta del público ante el producto.</p> <p>Luis Arias dice que “es muy difícil pensar que hay una mercadotecnia o un estudio para lanzar un disco, si lo hubiera, todas las compañías grabarían solamente éxitos. Se irían con la fórmula, con la receta y nunca tendrían pérdidas. Hay cantidad de grabaciones donde se cree que el artista, en una composición o en un concepto y, sin embargo, éstos no son aceptados por el público. Es el público el que finalmente si decide si la elección y las decisiones que se tomaron en la dirección artística fueron las correctas o no”.</p> <p>Sin embargo, la mercadotecnia es fundamental para el éxito de un disco, pues considera la utilización o selección de los medios para la promover ese producto, para hacer llegar información, para colocar, distribuir y presentar un producto frente al auditorio, ante los posibles consumidores.</p> <p>“Una decisión importante de mercado es el tiraje de discos o cassettes que debe realizarse; para esto es necesario hacer una preventa o análisis del producto que se va a lanzar para una estimación con los principales clientes. Por ejemplo, se informa que va a haber el lanzamiento de Emmanuel, con la producción de Manuel Alejandro en España, etc. se contabiliza lo que las tiendas especializadas y los autoservicios solicitan y entonces se puede tener un estimado del lanzamiento inicial”. (Luis Arias)</p> <p>Tómese en cuenta, que, entre menos conocido sea un artista, menor será el número de discos producidos. Se calcula un mínimo de dos mil unidades y, en caso extremo, mil; si se llega a tener aceptación en el mercado inmediatamente se mandan a hacer órdenes de producción</p>
--	--

¹ Alejandro Herrera. *La música en la época de su reproducción técnica. Las compañías disqueras en México*. Universidad Autónoma Metropolitana. 1981.

	<p>para resurtir el producto. Por otro lado, en el lanzamiento de un producto de un artista importante se lanzan grandes cantidades; por ejemplo, recientemente se tiraron medio millón de ejemplares del último álbum del grupo Bronco y otra cantidad igual del disco Nada es igual, de Luis Miguel, tan sólo para el lanzamiento.</p> <p>La promoción</p> <p>“Si el pitcher es el 70% en el baseball, la promoción es el 70% en la industria discográfica”, declaró hace 18 años el vicepresidente internacional de la compañía disquera <i>PolyGram</i>, Harry Ager. Su apreciación sigue siendo válida en la actualidad.</p> <p>Y aunque el abanico de opciones de promoción del disco y artistas se ha venido desplegando en gran medida durante los últimos años mediante el uso de prensa, espectaculares, artículos promocionales como gorras, playeras, plumas y otros muchos como entrevistas, presentaciones, conciertos, programas de televisión <i>Videoclips</i> y <i>spots</i>, la radio continúa siendo el medio más importante para lograr el éxito de un disco.</p> <p>Sobre los mecanismos de promoción de discos en radio, Luis Arias considera que “Para conocer un producto se tiene que escuchar. (...) Lo que normalmente se hace es tratar de colocar el producto en la mayoría de las estaciones del género musical al que pertenece. Se trata de “cuadrar” en todas las estaciones no sólo del Distrito Federal, sino de todo el país. (...) por eso en la mayoría o en la totalidad de las compañías existe un departamento de promoción radial. Son personas que se dedican a llevar el producto a los programadores de radio y “pero de una convencerlos” de que es un buen producto y que deben programarlos”.</p> <p>“La radio ha sido siempre el elemento fundamental de promoción, es el vehículo de difusión, es el vehículo de difusión natural de nuestro producto. –comenta Efrén Huerta Rodríguez, Director General de la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (AMPROFON), organismo que afilia a las 17 empresas más sobresalientes de la industria discográfica-; la radio es determinante obligado y tradicional para que nuestro producto se conozca, sea aceptado por el público y se refleje en las ventas”.</p> <p>Ésta es una forma de promoción, que por lo general es gratuita; sin embargo; depende en gran parte en la relación personal que se establezca entre el promotor y el director artístico o programador de la estación, dando pie a un tema controversial que con frecuencia se toca cuando se habla del trato entre radiodifusoras y disqueras: la <i>payola</i>. La postura de Efrén Huerta ante el tema es que “si se establecen caminos muy claros, muy transparentes, se puede crear una fórmula, reglas y procedimientos que conlleven a una sana relación comercial entre la radio y la industria del fonograma; sobre eso se está trabajando”.</p> <p>De la frase <i>repetición es éxito</i>, Luis Arias también comenta que “se</p>
--	--

	<p>supone que entre más presencia tenga una canción más auditorio la va a escuchar, pero eso no garantiza que sea un éxito. Ha pasado que en varias ocasiones un éxito de radio no es éxito económico. Sin embargo, pienso que la radio es un extraordinario elemento de exposición del producto, pero la respuesta está en el público”.</p> <p>Las ventas</p> <p>Antes de vender un disco, las compañías necesitan sortear las dificultades de la distribución. A pesar de que tan sólo en el Distrito Federal existen 425 tiendas de discos, “es muy difícil colocar un producto por la gran cantidad de discos nuevos que todas las empresas tratan de colocar al mismo tiempo, todos intentan ocupar un espacio en las tiendas, que son limitadas al igual que sus espacios en comparación con la oferta”, menciona Luis Arias, y agrega: “Una forma de ganar espacio es que haya una buena difusión, buena aceptación del público y buena demanda. Para las tiendas no es tan fácil tener todos los productos de todas las compañías, porque sería una inversión fuerte. Algunas utilizan la fórmula cien por ciento devolución; si se vende, bien, si no, te lo devuelvo; otras toman el riesgo y compran con un plazo de crédito. En general, todas las compañías disqueras aceptan un porcentaje de devolución”.</p> <p>De las ventas, Efrén Huerta, revela que para los agremiados de AMPROFON, 1995 “fue un año difícil. (...) En dinero vendimos entre cuatro o cinco por ciento más por el aumento de precios, pero en producción de unidades caímos alrededor de 23%, tanto en disco compacto como cassette, que son los dos formatos fundamentales de venta. Esto da una idea muy clara de la gravedad de la crisis. El disco es un producto noble, pero obviamente no puede escapar a la situación de depresión económica que está viviendo el país”. (...) Si el año 1995 fue difícil para las disqueras, el ‘96 parece más difícil aún.</p> <p>“No podría hacerse en estos momentos una proyección de lo que vendrá en 1996 –dice Manuel Plata, Gerente General de AMPROFON–, pues todo depende de los lanzamientos que las disqueras programen. Existen datos hasta junio de este año que dejan ver la comprensión del mercado. Como ejemplo se puede comentar que los últimos discos de Juan Gabriel y Luis Miguel no están teniendo las ventas esperadas”.</p> <p>Los datos proporcionados por AMPROFON ilustran comparativamente el mercado del disco de los últimos dos años y los primeros seis meses de 1996. Como dato sobresaliente se encuentra la reducción en las ventas en 1995, año crítico en la economía mexicana.</p> <p>Los hacedores</p> <p>Se calcula que el total de compañías disqueras en el país es cercano a 130.</p> <p>Algunas de ellas están afiliadas a la Asociación Mexicana de</p>
--	---

	<p>Productores de Fonogramas y Videogramas (AMPROFON), cuyo presidente es Julio Sáenz Valdivia, y otras a Productores de Fonogramas Mexicanos (PROFOMEX), presididos por Miguel Galán.</p> <p>En la primera se congregan las 17 empresas más importantes que, en conjunto, venden entre el 80 y 85% del total de discos y cassettes que circulan legalmente en México. PROFOMEX agremia 13 disqueras nacionales que comercializan el 5 y 10% del producto fonográfico legítimo nacional.</p> <p>Las tendencias</p> <p>En un lapso relativamente corto, el mercado del disco compacto ha crecido significativamente, “ya casi alcanzamos un equilibrio en el mercado. 50% CD y 50% Cassettes, (...) antes era más elevada la venta de cassettes, pero en los últimos tres años ésta tendencia se ha reconvertido hacia el CD. En función del precio, el cassette tiene su público y, en épocas de crisis, éste va a recuperar terreno”. (Efrén Huerta)</p> <p>Con el tiempo, la tecnología ha vuelto obsoletos algunos soportes musicales, como por ejemplo el disco de 45 (rpm), que hace muchos años dejó de estar presente –salvo algunas producciones limitadas para abastecer a las sinfonolas-. Durante los años setenta, el cassette fue absorbiendo el mercado del Long Play y, en los noventa, el CD empezó a promover su desuso.</p> <p>De acuerdo a las opiniones de Efrén Huerta, una técnica que se resiste a desaparecer y que incluso tiende a renacer es el “surco” (LP), ya que de acuerdo a los melómanos el sonido del CD es un sonido muy plano, quizá perfecto, pero muy “flat”, a diferencia del surco, derivado de la grabación analógica, que sigue siendo más vivo. En algunos países, el LP está reapareciendo con tecnología actual, incluso incrementando índices en ventas.</p> <p>Los piratas</p> <p>La tecnología, tal vez sin querer, le jugó una mala pasada a la industria fonográfica a partir de la generalización del cassette comercial (el cartucho de 1/8 de pulgada), ya que la facilidad de reproducción que permite el formato ha desarrollado la “industria” ilegal de la piratería, que llega a alcanzar niveles dramáticos.</p> <p>Anteriormente, cuando se pretendía copiar el formato de LP, el “pirata” tenía que anclar una planta industrial con un sistema hidráulico, una caldera, prensas ancladas en el piso, lo cual hacía la fácilmente localizable, pues no podía mover su lugar de reproducción ilegal. Cuando llega el cassette, se requiere una máquina reproductora</p>
--	--

	<p>de alta velocidad que se puede colocar en cualquier sitio con una movilidad impresionante. Este “adelanto tecnológico” nos tiene contra la pared. (Efrén Huerta)</p> <p>La AMPROFON calcula que, del mercado total de cassettes, un 60% está en poder de los “piratas”. Eso representa, en números estimados, alrededor de 70 a 80 millones de cassettes al año, si consideramos un promedio de precio de venta de siete pesos por cassette, el dinero que se mueve en el mercado ilegal es de gran monto. De acuerdo Efrén Huerta, el lanzamiento de un disco es un gran riesgo, más cuando el beneficio del éxito se lo llevan quienes no pagan impuestos ni regalías. El daño es muy grande y lo más grave aún es que se desalienta la producción musical nacional que es, al fin, el objetivo de la industria fonográfica.</p>
Marzo-Abril	<p>Revista electrónica: RAZÓN Y PALABRA, Número 2, Año 1, marzo-abril 1996. Url: http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n2/univer.htm (última revisión: 13-04-2010).</p> <p style="text-align: center;">LA TELEVISIÓN UNIVERSITARIA DENTRO DEL HORIZONTE DEL SERVICIO PÚBLICO</p> <p>Dr. Javier Esteinou Madrid. Investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.</p> <p>Índice. I.- Los antecedentes.</p> <p>II- Televisión universitaria y desarrollo nacional.</p> <p>III-Reflexiones finales.</p> <p>VI- Notas.</p> <p style="text-align: center;">I.- LOS ANTECEDENTES.</p> <p>A partir del surgimiento de la televisión en México en la década de los años cincuentas, ésta adopta el modelo comercial de desarrollo de la televisión norteamericana y enmarca mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada que conserva</p>

	<p>hasta nuestros días. Es dentro de este esquema comercial que la televisión mexicana se desarrolla y donde alcanza hasta ahora su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional.</p> <p>Contraria y paralelamente a esta realidad privada, aparece de manera muy tardía, a finales de los años sesenta la televisión pública en nuestro territorio. Su lenta incorporación al panorama cultural de la nación, provoca que ésta emerja y madure con una personalidad social poco definida, con menor experiencia audiovisual, reducido apoyo económico, bajo nivel de credibilidad en el auditorio, proyecto cultural confuso, mayores presiones burocráticas, menor cobertura geográfica de influencia, grandes contradicciones en sus líneas de dirección, etc.</p> <p>Complementariamente a las realidades anteriores aparece la televisión universitaria en la década de los cincuentas para dar desde las instituciones de educación superior otra respuesta cultural a la población. Así esta emerge, como un ensayo audiovisual con pocos recursos económicos, tecnológicos y humanos que pretende ofrecer otras respuestas culturales al auditorio y que rápidamente se desarrolla aportando grandes contribuciones mentales para el crecimiento espiritual de nuestra sociedad.</p> <p>No obstante estas limitaciones con que nace el modelo público, también podemos decir que en los últimos años esta modalidad conquistó algunos avances en el terreno económico, político, cultural, legal, organizativo, tecnológico, creativo, etc. Sin embargo, pese a estos progresos alcanzados también podemos afirmar, que salvo algunas excepciones, la información televisiva que produjo y ha difundido este proyecto de televisión a lo largo de las últimas décadas y que todavía continua realizando en el presente; no se ha dedicado sustantivamente a crear conciencia sobre las principales necesidades que posee la población mayoritaria del país y que debemos resolver para sobrevivir.</p> <p>Es decir, pese a la existencia de estas dos importantísimas infraestructuras culturales en el país, la pública y la privada, observamos en términos generales que ambos modelos no han contribuido sustantivamente al desarrollo de la conciencia de la población frente a sus grandes conflictos de crecimiento. Por ello, se puede pensar que la televisión, tanto pública como privada, ha continuado desvinculada del análisis sistemático de los grandes obstáculos que impiden nuestro desarrollo nacional y de la difusión constante de las posibles alternativas para cada rama de nuestro crecimiento interno.</p> <p>En este sentido, podemos decir que en general la televisión sigue</p>
--	--

funcionando como cerebro colectivo divorciado de las necesidades del cuerpo social, porque mientras vivimos cotidianamente una profunda crisis socioeconómica, la televisión nos orienta a pensar, prioritariamente, en el triple eje cultural del consumo, los deportes y las ideologías del espectáculo; y sólo ocasionalmente nos conduce a reflexionar y sentir los problemas centrales de nuestra sociedad. Esto es, la problemática nacional no pasa sustantivamente por la televisión, lo cual ha provocado la existencia de un modelo de funcionamiento esquizofrénico entre lo que difunde e inculca la programación televisiva y las necesidades o realidades que se viven cotidianamente en la sociedad mexicana.

De esta forma, podemos decir que como en un acto de magia que se lleva a cabo ante los ojos de todos y el estupor de unos cuantos, desde hace dos décadas a la fecha, la televisión continúa realizando la hazaña verdaderamente fantástica de ocultarle su país a los mexicanos [\(1\)](#).

Es por ello, que dentro de un marco de profundo agotamiento de nuestro proyecto de desarrollo interno y de enorme cambio de nuestra sociedad ante la incorporación a los procesos de globalización mundial; debemos preguntarnos ¿Cuál es el sentido que posee la existencia de la televisión de Estado en México ?. ¿Para qué queremos la televisión pública en nuestra sociedad, cuando el esquema que domina en este nuevo modelo de desarrollo neoliberal es el de la privatización de todos los ordenes? ¿Cuál es el papel que puede ejercer la televisión universitaria en nuestra sociedad?.

II.- TELEVISIÓN UNIVERSITARIA Y DESARROLLO NACIONAL.

Para responder a la interrogante sobre cuál debe ser la función social que tiene que desempeñar la televisión universitaria en México de una manera profunda y no quedar atrapados en la concepción hollywoodense de ésta, antes tenemos que tener presente la vinculación que existe entre comunicación y desarrollo. Reflexionando sobre la relación que se da entre comunicación, televisión universitaria y desarrollo, podemos decir que el crecimiento entendido como el mejoramiento general de los niveles de calidad de vida de la población a través de la satisfacción de sus necesidades básicas, es producto de un conjunto de factores y procesos sociales complejos, dentro de los cuales, el detonador de todos esos elementos es la adquisición de conciencia sobre las realidades que se tienen que promover. Esto significa, que para que se produzca un desarrollo material de la sociedad antes se requiere generar un previo crecimiento mental de la misma. De lo contrario, no existen condiciones apropiadas para la gestación del desarrollo: el desenvolvimiento de un país, parte de la evolución de su

	<p>intelecto y no de la multiplicación de simples acciones materiales.</p> <p>Por ello, pensamos que la revolución más radical de una sociedad se da a partir del momento en que los individuos que la conforman modifican su concepción del hombre, del mundo y de la vida y la llevan a la práctica. La evolución de una nación empieza con su cambio cerebral y no con la simple mutación material.</p> <p>A su vez, el progreso del pensamiento parte del conocimiento que nuestros sentidos adquieren de la realidad, y esto depende del grado de información veraz y oportuna que se recibe de ésta. De aquí, la importancia vertebral que ocupa actualmente el papel de la producción, difusión, almacenamiento y procesamiento de la información para la superación de los conflictos de nuestra sociedad. Debemos recordar que la distribución de información y de cargas emotivas de nuestra sociedad es un insumo central que acelera o retarda nuestro crecimiento colectivo: a mayor difusión, organicidad y objetividad en la circulación de la comunicación, mayor crecimiento de nuestra conciencia nacional y, por lo tanto, avance de la República. No debemos olvidar que la distribución de nueva información en el país, produce nuevas formas de conciencia, que a su vez, generan frescos cambios conductuales que transforman la nación.</p> <p>Hay que considerar que la televisión es una gran excitadora de nuestro cerebro y emotividad, y por lo tanto, de nuestra conciencia. Por ello, la difusión sistemática de realidades y afectividades sobre nuestros principales problemas nacionales a través de la televisión universitaria, puede provocar un avance cualitativo en el proceso de desarrollo de nuestra sociedad.</p> <p>Sin embargo, es necesario tener presente que no es la simple cantidad de difusión de información la que propicia el desarrollo, como lo han señalado las tesis desarrollistas, sino la calidad y organicidad que guarda ésta con respecto a las prioridades de crecimiento que se requieren resolver (2). Por lo tanto, para propiciar el desarrollo hay que crear y transmitir aquellas informaciones que permitan relacionar nuestra toma de conciencia con aquellos programas de acción concreta que tiene instrumentados el aparato de gobierno y la sociedad civil para crecer. De lo contrario, de muy poco servirá la generación de conciencia social sobre nuestra problemática nacional, a través de la televisión, si ésta no encuentra una canalización específica mediante los proyectos de trabajo de la sociedad y del Estado: la información puede obrar como abono del cambio social, sólo si se coloca en el campo cultural y social propicio para germinar.</p> <p>De aquí, que para lograr el desarrollo de nuestro país, más que producir</p>
--	---

y distribuir gigantescos torrentes indiscriminados de información masiva sobre nuestros sentidos que lo que ocasionan es el embrutecimiento y la enajenación de los mismos, se debe elaborar una jerarquía de necesidades informativas acordes con las prioridades de crecimiento que encara nuestra sociedad en cada fase de evolución por la que ésta atraviesa. Es dentro de este contexto de transformaciones que la televisión, como el principal medio de comunicación colectiva de nuestra civilización, ocupa un papel central en el desarrollo de las mentalidades y sensibilidades, y por lo tanto, en el desarrollo del país: hoy día la televisión se ha convertido en el sistema nervioso fundamental del avance o retroceso de nuestra cotidiana cultura nacional [\(3\)](#).

Por ello, aunque estamos conscientes que la televisión no produce efectos automáticos sobre el auditorio. Que no es una aguja hipodérmica que inyecta mecánicamente sus contenidos en los cambios de la población. Que existen múltiples formas de interpretar por parte del auditorio los mensajes televisivos que recibe. Que por parte de los emisores no existen efectos acabados sobre los auditorios como hemos creído en años anteriores. Que no es omnipotente para producir procesos mágicos. Que normalmente refuerza tendencias previamente ya existentes en el seno de las comunidades. Que la conciencia humana no solamente se produce por la acción simbólica de la televisión, sino por un conjunto más amplio de relaciones sociales y de redes culturales que impactan sobre la inteligencia y la sensibilidad de los individuos. Que su efectividad de convencimiento no depende totalmente de las imágenes que se transmiten sino de otros procesos sociales complementarios, etc. También sabemos que, a través de las propiedades físicas que ha conquistado y de los hábitos culturales que ha formado, la televisión cuenta con un alto margen de eficacia persuasiva comprobada para crear y cambiar las formas de pensar y actuar en México.

En la actualidad hay que tener en cuenta que en nuestro país, frente a la tradicional acción del sistema escolar y religioso, la televisión se ha convertido en la principal red educativa capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores. En una idea, dirige la cultura cotidiana en cada sexenio de gobierno. Es decir, la televisión se ha transformado en el principal mediador cultural, a través del cual el Estado articula ideológicamente a nuestra sociedad, convirtiéndose en la principal organizadora colectiva de la historia moderna de México.

Sin embargo, esta mediación central que ejerce la televisión entre gobierno y sociedad, no significa, en ningún momento, que la capacidad de persuasión que realiza sea omnipotentemente eficaz para convertir en socialmente dominante cualquier mensaje transmitido por

	<p>ésta y mecánicamente doblegar las conciencias y las acciones de todos los ciudadanos que son tocados por ésta. La capacidad de convencimiento de la televisión tiene límites de competencia muy precisos.</p> <p>Empero, no obstante la existencia de diversos límites reales en la tarea de mediación social que realiza la televisión entre pueblo y gobierno, su capacidad de persuasión y de movilización de la población en el país ha sido tan eficiente en diversos momentos, que ha generado fuertes fenómenos sociales de signos contrarios.</p> <p>Es por ello, que a diferencia de la estrategia mercadológica o hollywoodense que concibe a los receptores como meros consumidores reales o potenciales diferenciados por estratos de ingresos y que ha sido enormemente asimilada por los modelos mexicanos de televisión; nosotros pensamos que la función de la televisión universitaria debe ser el comprender a sus auditorios como complejos sectores humanos enmarcados por múltiples problemáticas educativas, laborales, económicas, habitacionales, étnicas, nutricionales, lingüísticas, políticas, etc., que deben resolver para subsistir. Es decir, deben ser abordadas como sectores que se encuentran en distintas fases de su desarrollo económico, político, social y cultural, y no como meros receptores pasivos de información y de decisiones centrales.</p> <p>Por consiguiente, dentro de esta perspectiva, la televisión universitaria debe funcionar frente a sus públicos como tecnologías culturales capaces de producir cargas informativas y atmósferas emotivas que puedan generar conciencia para enfrentar las contradicciones que impiden su progreso. En otras palabras, las televisoras universitarias deben actuar como instrumentos culturales de desarrollo nacional y regional, a través de la distribución de sensibilidades y conocimientos especializados por zonas de conflictos, y no como empresas aisladas productoras de abundante información parasitaria desvinculada de las urgentes necesidades municipales y estatales donde actúan. Situación que ha sido enormemente demandada por los diversos grupos sociales y políticos de la sociedad mexicana.</p> <p>Esto implica que las televisoras universitarias como mediadoras culturales entre el universidad y la sociedad, a través de la elaboración y la difusión de diversas subjetividades y sensibilidades sobre nuestros obstáculos de desarrollo, deben gestar un ágil y permanente proceso de transformación de las estructuras mentales de la población frente a los grandes problemas nacionales y regionales que les impiden crecer. Ello exige que las televisoras universitarias, en conjunto con otros aparatos culturales, a través de su programación, formen otra neo corteza cerebral de conocimientos y sentimientos en el país que nos permita</p>
--	--

	<p>armonizar coherentemente nuestras acciones colectivas como sociedad, con las urgentes necesidades nacionales de crecimiento que hay que solucionar para prosperar. Creemos que hoy día el mayor problema del país no es el pago de la deuda externa, ni el alto desempleo, ni la aguda inflación, ni la avanzada contaminación, ni la agobiante carestía, ni la ausencia de vivienda; sino nuestra transformación mental y emotiva como sociedad frente a nuestros conflictos de crecimiento para poderlos resolver.</p> <p>Por ello, nos preguntamos, ¿Si durante décadas la televisión ha sido capaz de provocar nuestro cambio mental y afectivo para optar por otro whisky, brandy, cigarros, perfumes, automóviles, valores, creencias, etc.; por qué no va a poder hacer cambiar nuestra mentalidad frente a los grandes problemas de desarrollo que enfrentamos como país?. Por lo mismo, es necesario analizar de qué manera las televisoras universitarias pueden colaborar a producir en sus auditorios una cultura de avance nacional y no de retroceso regional.</p> <p>Esto requiere la creación de un nuevo proceso de educación cotidiana de nuestras inteligencias y sentimientos para adquirir a través de las televisoras, mayores márgenes de claridad y sensibilidad colectivas sobre nuestras demandas de desarrollo y sus respectivas salidas. Tenemos que pasar de aplicar un proyecto televisivo narcotizante y fugaz, que en el mejor de los casos informa sobre algunos hechos; a instrumentar un proyecto de televisión universitaria que nos sensibilice sobre nuestras necesidades de desarrollo y movilice a la sociedad en función a la solución de las mismas. Ello implica producir para cada momento de nuestro crecimiento una eco conciencia que nos permita abrir nuestros horizontes de conocimientos y sentimientos individuales hacia una nueva macrovisión cósmica que amplíe nuestros límites de lo posible y nos permita regresar al ciclo vital de la vida y de la naturaleza del cual velozmente nos hemos alejado tanto.</p> <p>Esta moderna acción de reeducación cotidiana, exige reducir la enorme distancia que actualmente existe entre la información y la afectividad que producen las televisoras universitarias, con las necesidades de desarrollo que enfrenta nuestra sociedad para afianzarse como nación. La televisión universitaria tiene que convertirse en un instrumento que active el desarrollo de la sociedad y que no lo retarde: la televisión universitaria nos puede hacer dar pasos de avance infinitos en la ampliación de nuestra conciencia a ritmos más acelerados que los que se han logrado en décadas anteriores, para llegar a ser una sociedad superior y no una simple masa inferior de habitantes.</p> <p>Por ello, hay que recapacitar que salvo los problemas que nos impone la dinámica de la naturaleza como son las inundaciones en el Bajío, los</p>
--	--

	<p>terremotos en el Valle de México, las heladas en la frontera norte, las plagas en el Golfo, las sequías en las zonas áridas, los huracanes en las costas, etc., el resto de los problemas que tenemos en nuestra sociedad, como la creciente pobreza, la fuerte desnutrición, las altas tasas de natalidad, la destrucción ecológica, la arraigada corrupción, la macro concentración urbana, el aniquilamiento de especies animales, el uso irracional de recursos energéticos, el acentuado alcoholismo, el grave desempleo, la seria farmacodependencia, etc., son realidades producidas por la mente del hombre y que pueden modificarse en la medida que se corrijan nuestras estructuras cerebrales y afectivas como sociedad. Es decir, aunque aparentemente todas estas contradicciones surgen por procesos políticos, por formas de organización social, de tendencias históricas, de modelos de producción, de herencias materiales, de determinaciones económicas, de desequilibrios entre campo y ciudad, etc., en última instancia, todos estos hechos parten de las visiones profundas, que los individuos poseen sobre el hombre, el mundo y la vida.</p> <p>Por lo mismo, frente a este panorama, es necesario subrayar que son situaciones que no nos imponen las fuerzas naturales, sino que las genera el entendimiento deformado de los mexicanos. Por ello, insistimos que en nuestro país podrá existir progreso tecnológico, aumento de riqueza, expansión material, incremento de las comunicaciones, perfeccionamiento científico, reagrupación política, modernización social, etc., pero si no hay transformación de nuestras estructuras psíquicas, finalmente, no hay avance de nuestra sociedad. De aquí, la trascendental importancia de educar y modificar nuestras bases de inteligencia para crecer como país. Para esto, contamos en nuestra sociedad con el aparato educativo tecnológicamente más desarrollado y perfeccionado, hoy día, que es la televisión.</p> <p>En la construcción de esta alternativa es importante tener presente que la clave para producir este nuevo proyecto de cultura nacional a través de la televisión universitaria, no consiste en sólo generar programas de nacionalidad mexicana y ya no importar contenidos, es decir, mexicanizar la pantalla, pues podemos producir todas las horas visuales que deseemos sin alcanzar avances en la formación de nuestra conciencia nacional. Lo que se requiere para crecer es elaborar una programación audiovisual que colabore a cambiar nuestras conductas colectivas sobre los grandes conflictos de desarrollo que encaramos.</p> <p>Por lo anterior, creemos que una televisión universitaria que no fomente en población un permanente proceso emotivo y racional que nos conduzca al análisis y a la autocrítica para regresar a nosotros mismos como personas, como familia, como barrio, como delegación, como municipio, como estado, como región, como cultura, como nación y como humanidad, es una televisión que no generará un</p>
--	--

	<p>avance en sus auditorios, pues propiciará que nuestra conciencia y afectividad se continúe evadiendo de la realidad concreta sin enfrentar los obstáculos que debemos asimilar para superarlos y crecer. Esto fomentará que la energía colectiva del país se continúe perdiendo a través de los ciclos ideológicos del desperdicio mental que erosionan salvajemente la formación de nuestra identidad nacional, y por consiguiente, prosiga el derroche de este monumental recurso psíquico de la sociedad para construir una nueva fase de la nación: nuestra energía mental.</p> <p>Ante ello, nos cuestionamos ¿De qué nos servirán los desarrollados ojos tecnológicos que construirá la televisión universitaria si a través de esta no podemos mirar a México, ni tampoco nuestro interior ?. El continuar conservando la opacidad de nuestra conciencia colectiva frente a nuestros fuertes conflictos de crecimiento, prolongará la confusión y el debilitamiento de la marcha de la sociedad, pues evitará la atención de su malestar interno impidiendo su progreso. Hay que considerar que los problemas de nuestra sociedad únicamente podrán ser resueltos en la medida en que colectivamente adquiramos conciencia racional y emotiva de su existencia y no en el porcentaje que los olvidemos. Por ello, la televisión universitaria debe optar por la vida y no por la muerte del país: si no forma conciencia sobre los conflictos nacionales, se inclina por la muerte de nuestra sociedad.</p> <p>Ahora bien, siendo que la televisión no puede propiciar de un sólo golpe la evolución de todos los cuadros mentales que existen en el país, sino sólo la transformación de algunos, esto exige la elaboración de una estrategia cultural muy precisa para determinar cuáles son aquellas áreas mentales vitales, cuyo avance se tiene que fomentar para generar un desenvolvimiento integral de la nación. Para evitar un derroche de esfuerzos en la producción de esta estrategia, que es un tarea sumamente amplia y compleja de realizar, debemos partir de una economía muy estricta de reflexión y acción.</p> <p>La guía de este análisis debe estar conducido por la claridad que aporten las siguientes tres preguntas: 1) ¿ Cuáles son las necesidades de desarrollo que hoy en día enfrenta la sociedad mexicana?; 2) ¿Cuáles son los actuales procesos sociales a través de los que se está originando el cambio fundamental de nuestro país?; y 3) ¿Cuáles son los mapas mentales que están impidiendo el avance del conjunto de la sociedad mexicana y cuya transformación puede provocar un efecto multiplicador que acelere el progreso de ésta?.</p> <p>Creemos que la conjunción de estas tres vetas del pensamiento y acción confluyen en la ejecución de una sola labor: la localización de los grandes problemas nacionales que actualmente impiden el progreso</p>
--	---

	<p>de nuestra sociedad. Es por ello, que frente a esta situación debemos cuestionarnos qué deben y qué pueden hacer las televisoras de universitarias para propiciar la resolución de los principales conflictos estructurales de nuestro desarrollo.</p> <p>Hasta el momento podemos decir, que en términos generales, la información que ha elaborado y diseminado la televisión nacional, básicamente ha surgido de los intereses espontáneos, de la presiones burocráticas, de los requerimientos coyunturales, de las "relaciones amistosas", de decisiones improvisadas, del "estado de ánimo" de los conductores, de propuestas experimentales, de la lógica del jefe, de las extremas presiones de tiempo que imponen la producción televisiva, de intuiciones "creativas", de oportunidades comerciales, de "compromisos contraídos", etc., pero no ha emanado el examen profundo y sistemático de las necesidades estructurales que enfrenta y requiere satisfacer el proyecto de crecimiento de la nación. De aquí, el gran abismo que se ha producido entre la cultura televisiva que han inculcado las instituciones audiovisuales y las deprimidas condiciones de vida que soporta la población mayoritaria de los municipios del país.</p> <p>Para evitar caer nuevamente en esta gravísima desviación, es imprescindible, por una parte, que las televisoras universitarias planifiquen orgánicamente la elaboración de su información audiovisual a partir del diagnóstico de las principales carencias que requiere resolver cada zona de desarrollo de la Nación. En otras palabras, a través de las televisoras y otros medios de comunicación se deben producir distintos paquetes emotivos e informativos envueltos en todos los géneros audiovisuales atractivos (telenovelas, mesas redondas, series informativas, programas grabados, películas, series de concursos, videos espectaculares, etc.) cuyos contenidos generen una base de sensibilidad y conciencia que permita enfrentar las diversas urgencias que encara cada comarca de la República Mexicana. Esto significa, que hay que elaborar a través de la televisión universitarias nuevas políticas de programación, y por lo tanto, de educación formal e informal de los públicos, que partan de la localización de los conflictos que determinan la vida de los auditorios.</p> <p>Por otra parte, para abordar el progreso del país desde la televisión universitaria hay que generar con anticipación a la presencia de los conflictos, un cotidiano proceso educativo de evolución de las mentalidades y no esperar a que las contradicciones alcancen dimensiones críticas y desproporcionadas para que sean consideradas por las políticas informativas de las televisoras. Desafortunadamente, ésta ha sido la tónica de funcionamiento generalizado que ha seguido la televisión mexicana: la sensibilización de la población a través de la programación va enormemente rezagada de las inminentes necesidades</p>
--	--

	<p>de desarrollo que hay que solucionar, y éstas se encaran, sólo posteriormente cuando son realidades que adquieren proporciones alarmantes que ya son difíciles de controlar por los órganos de gobierno establecidos.</p> <p>Por ejemplo, el caos ecológico no se abordó en sus orígenes a través de la televisión, sino que hasta que alcanzó la proporción de inversiones térmicas que redujeron la presencia del oxígeno para nuestras vidas. El problema del crecimiento demográfico no se enfrentó en sus principios, sino hasta que la concentración humana en manchas urbanas exigió la urgentísima planificación natal. La descentralización nacional no se planteó en los comienzos de la aglomeración social, sino hasta que la aguda falta de dotación de servicios y empleo en las ciudades exigió volver los ojos al interior del país. El desperdicio del agua no se abordó en su nacimiento, sino hasta que se agotaron los mantos acuíferos que nos dan la vida. La formación de una mínima cultura antisismos para el Valle de México, requerida desde hace décadas por ser muy vulnerable esta región ante los movimientos telúricos, se ha preparado raquíticamente sólo después de los devastadores terremotos del 19 y 20 de septiembre de 1985. La generación de una amplia cultura sexual que incluyese el empleo de preservativos y otros métodos preventivos para evitar el embarazo y el contagio de enfermedades venéreas, requerida urgentemente desde principios de siglo, no se impulsó televisivamente a partir del surgimiento de este moderno medio de comunicación en los años cincuenta, sino hasta 1988 cuando apareció la moderna peste negra del siglo XX: el SIDA. El llamado a la solidaridad económica no se convocó ante los permanentes abusos de la clase gobernante, sino cuando la inflación llegó al 160% anual de deterioro del poder adquisitivo.</p> <p>De lo contrario, de no efectuarse esta urgente estratégica racionalización de flujo televisivo, se seguirán produciendo monumentales volúmenes cotidianos de información innecesaria que no se relaciona con las exigencias subjetivas que requieren adquirir los públicos para resolver sus contradicciones materiales y desvían y atomizan las conciencias, evitando el avance social de los mismos, con su consecuente retroceso humano. Así, por ejemplo, "la radiodifusión comercial continuará destinado más de sus dos terceras partes de información al entretenimiento, el 10% a los programas educativos y orientadores y el 5% a tareas publicitarias" (4).</p> <p>Ante esta realidad, nos preguntamos ¿Qué sentido tiene el que la televisión pública y privada inunde de 110 horas diarias, 770 horas semanales y 3,080 horas mensuales los hogares mexicanos?. ¿Qué le deja a la maltrecha sociedad mexicana la importación de miles de contenidos visuales?. ¿Qué le deja al país la difusión masiva de tanta</p>
--	---

	<p>información desvinculada de nuestros principales problemas nacionales?.</p> <p>En la actualidad, nuestra República cuenta con la infraestructura de telecomunicaciones suficientes para provocar este avance de la sociedad mexicana. Por ejemplo, desde 1921 hasta la fecha la industria de la radiodifusión ha crecido a un ritmo de 7.7% anual que es una tasa superior a la de la expansión demográfica en este periodo. Incluso ha sido mayor a otras ramas de la comunicación más estratégicas para el desarrollo económico del país como son los ferrocarriles que en 77 años, es decir, desde la época postrevolucionaria de 1920 a la fecha sólo ha crecido un 25% con un tendido de 5 mil kilómetros de vías férreas (5).</p> <p>Esta expansión vertiginosa de las telecomunicaciones ha generado en 60 años en el terreno material, una gigantesca capacidad instalada de 16 mil cien kilómetros de microondas con 224 estaciones repetidoras y 110 terminales; dos satélites de difusión doméstica, el Morelos I y II (están por instalarse el nuevo sistema de satélites llamados "Solidaridad") con 205 estaciones terrenas para televisión y radio (de las cuales 13 son estaciones transreceptoras) y 27 más en proceso de instalación; 875 estaciones de radio de las cuales 665 son de Amplitud Modulada (25 son culturales) y 200 de Frecuencia Modulada (11 culturales); 192 estaciones de televisión de las cuales 78 funcionan en convenios con empresas privadas y 111 son operadas por los gobiernos de los estados o patronatos locales; 4 canales de cobertura nacional (2, 5, 7 y 13); 72 sistemas de televisión por cable, más de 16 mil videoclubes, 40 empresas dedicadas a la producción del video, y más de 3 mil 500 salas cinematográficas con la presentación de aproximadamente mil 500 funciones diarias en el país (6).</p> <p>En el campo de la formación de recursos humanos en comunicación, contamos con más de 60 escuelas de información, 15 mil docentes especializados en esta área, 30 mil alumnos y más de 100 mil profesionales formados de esta rama en toda la República.</p> <p>Es por ello que, a principios de siglo, por la incipiente expansión de las comunicaciones masivas no podíamos adquirir rápidos y nuevos estados de conciencia colectivos que nos permitieran evolucionar aceleradamente por los rumbos que exigía el cambio global de la sociedad prerrevolucionaria. Fueron los procesos de comunicación lentos y aislados los que, poco a poco, en la medida en que entraron en contacto unos con otros y se fecundaron entre sí, los que gestaron la visión de un cambio profundo de la sociedad mexicana que dio origen a la Revolución de 1910.</p>
--	---

	<p>Sin embargo, al contrario, ahora en 1995 contamos con un avanzadísimo sistema de telecomunicaciones electrónicas que pueden provocar una sistemática sensibilización a domicilio de las conciencias para crear las mutaciones necesarias que requiere producir el urgente proyecto de sobrevivencia de la sociedad mexicana.</p> <p>Por lo mismo, estamos convencidos que las condiciones tecnológicas y de formación de recursos humanos para el cambio espiritual del país ya están dadas. Lo que queda ahora es efectuar el trabajo político para lograr la reorientación del contenido de tales avances electrónicos para impulsar el urgente salto mental que requiere nuestra sociedad.</p> <p>Creemos que de nada servirá el enorme esfuerzo administrativo, político, de innovación tecnológica, de capacitación de cuadros humanos creativos, de organización, de movilización, etc., que exige el nuevo proyecto de televisión pública, si toda esta infraestructura no es enfocada al cambio de nuestra mentalidad sobre los grandes problemas nacionales. Si la televisión universitaria no sirve para esto, nos preguntamos ¿Qué sentido puede tener su presencia en el país?. Si la televisión sólo colabora a entretener, divertir, informar pero no contribuye a la transformación humana de la población ¿Qué la puede justificar? Si la televisión no crea mayores niveles de conciencia colectiva sobre las trabas que impiden nuestro desarrollo, ¿Cómo defender la ampliación tecnológica que durante más de 50 años ha logrado el Estado Mexicano a través del tejido televisivo para llegar a la recámara, la sala y la cocina de todos los hogares mexicanos?. Si no es útil para estos fines ¿Por qué no dar paso entonces a otras relaciones de comunicación más vitales como son el encuentro familiar y los vínculos personales que tanto ha desplazado la presencia de la televisión?.</p> <p>Pensamos que en este periodo de transformación acelerada por el que atraviesa nuestra sociedad, el único sentido que fundamenta la existencia de la televisión universitaria, es el aprovechar al máximo su gran potencial pedagógico para producir mayores niveles de conciencia colectiva sobre nuestras problemáticas, que nos sirvan para organizar a los municipios y delegaciones del país de forma que permitan recobrar los hilos del proyecto nacional perdidos y aminoren la crisis global que nos desintegra como Nación. Por lo anterior, creemos que la razón de ser de la televisión universitaria y si alguna justificación tiene la presencia del Estado en ésta, es la de colaborar a través de ella a conocer y sentir más nuestro país para adquirir mayores niveles de claridad que nos permitan hacerlo progresar y no desmovilizar y dispersar a la sociedad a través de la permanente diversión espectacular y el entretenimiento fugaz.</p>
--	---

	<p>Tenemos que entender que el monumental esfuerzo material que ha hecho la sociedad mexicana durante más de 50 años para desarrollar el sistema nervioso televisivo del país, no ha sido para destinar este estratégico recurso cultural para la simple promoción publicitaria o el esparcimiento nocturno, sino para enfocar estas herramientas para la educación y transformación mentales del país frente a sus grandes conflictos de crecimiento, uno de los cuales, en un porcentaje mínimo, es el entretenimiento.</p> <p>Por lo anterior, consideramos que con la misma cantidad de técnicas, los mismos estudios, la misma iluminación, los mismos desayunos, el mismo presupuesto, los mismos memorándums, la misma saliva, las mismas calorías, etc., que se dedican, hoy día, para producir la actual televisión mayoritariamente parasitaria, se puede generar una nueva programación que propicie el desarrollo del país: la información de contenido social genera la superación de nuestra sociedad y la comunicación de fuga de la realidad produce el retraso de nuestra Nación. En el presente, lo que le falta al Estado Mexicano para lograr a través de la televisión este avance mental de la sociedad frente a su crisis de desarrollo son dos cuestiones: por una parte, la elaboración de una nueva concepción de la función orgánica que deben ejercer los aparatos audiovisuales frente a las exigencias del crecimiento social. Y por otra, la presencia de una nueva voluntad política para lograrlo.</p> <p>En la actualidad, pensamos que en el terreno informativo hemos avanzado mucho en la innovación de nuevas tecnologías de comunicación, en la forma especializada de cómo transmitir los datos, en la manera de cómo abordar casi exhaustivamente la vista y el oído a través de imágenes y sonidos, en la capacitación de cuadros altamente profesionales, etc.; pero el gran problema es que todavía no sabemos cómo utilizar los canales de difusión para contribuir a resolver los grandes conflictos que encaramos en cada fase de nuestra evolución histórica. Por ello, creemos que el proyecto de modernización de la televisión de Estado, enormemente solicitado por los sectores mayoritarios y representativos de la sociedad mexicana, no provendrá de la adquisición de nuevas computadoras visuales para descomponer el color, de la incorporación del sonido estereofónico a la señal auditiva, del aumento de la cobertura televisiva, del enlace instantáneo de la señal a todos los rincones de los municipios, de la introducción de nuevos lenguajes visuales en la pantalla, de la modificación del logotipo de la imagen, etc., sino en la medida en que la televisión de Estado aborde el cambio de nuestras culturas cotidianas frente a los grandes problemas del país.</p> <p>Por lo mismo, insistimos que considerando que la televisión es la principal red educativa que existe en nuestra sociedad, la pregunta central sobre ésta no es cómo renovarla a través de la incorporación de</p>
--	---

nuevas tecnologías sino el indagar cómo aprovecharla para la transformación mental de nuestra sociedad ante sus principales obstáculos que le impiden crecer. La modernización del país no se logrará si no se construye a través de la televisión una nueva cultura ante nuestros dilemas de crecimiento.

Si los medios de comunicación y en especial de la televisión no optan por la superación de los conflictos del país, nos cuestionamos ¿Por qué la sociedad mexicana deberá seguir pagando el funcionamiento parasitario de éstos?. La sociedad civil necesita despertar de la oscuridad mental en la que hemos permanecido muchas décadas y que nos ha impedido tomar conciencia de que, bajo cualquiera de las dos formas de financiamiento tradicional de los medios, el mercantil o el subsidio público, finalmente, su funcionamiento lo pagamos los receptores. Por el publicitario, porque el monto que se invierte en este rubro es cargado por la empresas como costo de producción al precio último de los productos que pagamos los consumidores. Por el subsidio gubernamental, porque proviene del erario público que se forma de los impuestos que aportamos los ciudadanos. Por lo tanto, la operación de los medios de comunicación en el país, bajo una u otra modalidad, siempre la pagamos los espectadores. Por ello, la televisión tiene la obligación irrenunciable de atender las necesidades de elevación del nivel de vida de sus auditorios.

III.- REFLEXIONES FINALES.

Sintetizando, podemos decir que de no diseñarse las políticas de comunicación de las televisoras universitarias desde los principales conflictos que obstaculizan el desarrollo del país, se volverá a vivir la profunda contradicción existente entre la cultura nacional y el proyecto de desarrollo global que se ha arrastrado en las últimas décadas. Cada uno se disparará por senderos distintos: la cabeza social avanzará por un lado y el cuerpo por otro, aumentando rápidamente, con ello, la descomposición de nuestra sociedad. No podemos olvidar que la superación de la crisis nacional que nos enmarca, requiere la producción de un nuevo eje cultural, y éste en nuestro país, creemos que en este sexenio podría girar alrededor de la renovación de los medios de comunicación nacionales, especialmente de la televisión.

Por todo el panorama anterior, consideramos necesario remarcar que ante el proceso de desmembramiento agudo que vive nuestro país, la televisión no puede seguir funcionando con los esquemas de relativa estabilidad social de hace 40 años. Hoy tenemos que pensar cómo la televisión universitaria nos puede ayudar a dar un salto mental cualitativo de 50 años hacia delante que nos permita madurar como sociedad y nos ahorre los enfrentamientos, los sufrimientos y las

luchas que se vislumbran para las próximas décadas de la historia de México.

Sabemos que ante el funcionamiento autoritario, la estructura vertical, la dinámica improvisada, el perfil eminentemente mercantil, su gestión mayoritariamente acrítica, su vinculación inorgánica con las necesidades prioritarias de nuestra sociedad, su alto centralismo que caracterizan la operación de la televisión en México, esta reflexión supone la realización de una gran empresa; pero también sabemos que es el desafío elemental del rescate y conservación de la vida por la cual tiene sentido luchar apasionadamente.

IV.- NOTAS:

* Para la elaboración de este texto he tomado algunas ideas de dos de mis siguientes trabajos: Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana, Fundación Manuel Buendía y Programa Cultural de las Fronteras, México D.F., 1989; y La televisión mexicana ante el nuevo modelo de desarrollo neoliberal, Fundación Manuel Buendía y Programa Cultural de las Fronteras, México D.F., julio de 1991.

(1) Caballero, Virgilio; Cultura y medios de comunicación, ponencia presentada en el Foro sobre Cultura Contemporánea, documento sin datos, México D.F., 1989.

(2) Para revisar como no es la cantidad de información que se arroja a la sociedad, vía las viejas y nuevas tecnologías de comunicación, lo que provoca el desarrollo social, consultar nuestro trabajo El sistema Morelos de satélites y su impacto en la sociedad mexicana, V Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Bogotá, Colombia, 6 al 10 de octubre de 1986, p.29.

(3) Para comprender porqué la televisión se ha convertido en el principal medio de comunicación en la sociedad contemporánea, consultar nuestro trabajo Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía, editorial Nueva Imagen-Centro de Estudios Económicos, Políticos y Sociales del Tercer Mundo (CEESTEM), México, D.F.

(4) Jiménez Espriu, Javier; Panorámica y perspectivas de la radiodifusión en México, Secretaría de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico (SCT), Primer Encuentro Latinoamericano y del Caribe de Radio y Televisión, México 1986, Guadalajara, Jalisco, 30 de

	<p>octubre de 1986, pp. 4 y 5.</p> <p>(5) De 1910 a la fecha la red de trenes sólo creció 5 mil kilómetros, Excélsior, 10 de febrero de 1987.</p> <p>(6) Los medios de difusión masiva tienen un papel central en la renovación, Excélsior, 16 de noviembre de 1986.</p>
--	--

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la Radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 2002

Junio-Julio	<p>http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n27/acheca.html</p> <p>Razón y Palabra, número 27. Junio-julio, 2002.</p> <p>La radio y las minorías al inicio del siglo XXI</p> <p><i>Por Antonio Checa</i></p> <p>En el último cuarto del siglo XX la radio experimentó tres revoluciones sucesivas. Primero fue la de la popularización de la FM, que favoreció un extraordinario desarrollo de la radio de proximidad y especializada, aún no concluido, luego llegó Internet, la radio electrónica, que devolvió al medio la internacionalidad que le diera en su día la onda corta, y cuyo desarrollo está actualmente en plena fase expansiva; de inmediato, ya terminando el siglo, llegaba la tercera revolución, la de la radio digital, aún en sus primeras fases. Se inicia incluso otra revolución, la escucha de la radio vía teléfono móvil. Todas estos cambios profundos favorecen el acercamiento de la radio a las minorías de todo tipo, hasta el punto de que hoy esa radio es mucho más compañera, confidente o cordón umbilical que ningún otro medio, y el concepto de minoría, gracias a la radio, no se reduce al de grupo étnico o religioso que ocupa un territorio reducido, sino que incluye minorías internacionales que se vinculan gracias a la radio en la red de redes, incluso se reconocen como tales minorías vía medio radiofónico.</p> <p>Barata, en comparación sobre todo con prensa o televisión, tecnológicamente asequible, capaz de superar fronteras y distancias largas, intensamente renovada vía Internet, abierta al futuro de la digitalización, la radio de nuestros días es vehículo siempre relevante, primordial en muchos casos, para todo tipo de minorías, lo mismo en países desarrollados que a lo largo y ancho del heterogéneo Tercer Mundo, incluso del olvidado Cuarto Mundo. Siempre importante, pero jugando papeles muy diferentes. No es lo mismo la emisora con</p>
-------------	--

	<p>música o contenidos informativos muy concretos que se sintoniza en el coche, que la pequeña emisora que lo es todo para una aislada comunidad centroafricana.</p> <p>Frente a una radio comercial privada concentrada cada día en menos manos (en 1993 el 85% de las emisoras de radio latinoamericanas eran privadas, ese porcentaje tiende a crecer año tras año, pese a la expansión de la radio comunitaria) la radio orientada a minorías se hace necesaria, en muchos casos imprescindible. Raramente se ve fomentada, con mucha frecuencia, al contrario, afronta la hostilidad de los poderes. La gama de estas emisoras es desde luego amplia. Minorías lingüísticas, religiosas o culturales... todas tienen presencia en esta radio. Los problemas no son menos amplios. Pero si unas emisoras caen víctimas de acosos políticos o económicos, otras le suceden.</p> <p><i>Radio Paiwomak</i> es una emisora mínima -apenas 25 vatios de potencia- que emite desde lo más profundo de la selva de Guyana, allí donde no llega siquiera la radio estatal -la única existente en el país-; la localidad tiene 3.000 habitantes, todos amerindios. La estación emite cinco horas diarias, ofrece música, programas de divulgación sobre salud y educación, espacios religiosos y sus pequeños informativos. Todos se sienten orgullosos de su emisora.</p> <p>A muchos miles de kilómetros de allí, en París, una decena de emisoras comunitarias lanzan cada día sus mensajes para unas minorías muy diferentes, de '<i>Radio Shalom</i>, la voz de la paz', judía, a <i>Radio Oriente</i>, musulmana, un amplio abanico de emisoras: <i>Radio Quatre</i>, <i>Radio J</i>, <i>Judaïques FM</i>, <i>Radio Soleil</i>, <i>Radio Méditerranée</i>, <i>Radio France Magreb</i>, <i>Beur FM</i>...- buscan un sector muy concreto de la audiencia potencial en la capital de Francia y su área, las minorías judías y musulmana, en especial palestina¹. Pero ese esquema se repite en otras grandes ciudades francesas. En Lyon, por ejemplo, compiten <i>Radio Salam</i> y <i>Radio Judaïca</i>.</p> <p>A veces, Internet es casi una utopía, pues en medios rurales atrasados no hay una red telefónica que preste el necesario servicio. En la región mexicana de Chiapas, a la altura de 1994, cuando estalla la revolución zapatista, hay 44 emisoras funcionando, casi todas privadas. La emisora del Instituto Nacional Indigenista es la única que tiene alguna apertura hacia las demandas populares, pero el estallido revolucionario lleva al gobierno a controlarla sin rubor y cesan los programas campesinos. En estas comunidades, sin acceso a Internet, la radio es prácticamente el único medio de comunicación popular.</p> <p>Por el contrario, en Cuenca, una de las principales ciudades de</p>
--	--

	<p>Ecuador, <i>Ondas Azuayas</i>, una veterana emisora -data de 1948- que ha pasado muy difíciles situaciones, decide sustituir en 1997 las emisiones en onda corta por un servicio de noticias en Internet, dirigido a la creciente población emigrante de la región. De los tres millones de emigrantes ecuatorianos casi la mitad pertenecen a esta región del sur del país, la radio vía Internet se ha convertido para los ecuatorianos residentes en EE UU, España y otros países, en el mejor medio para conocer cuanto ocurre en su país. Los informativos, en sentido amplio, ocupan prácticamente la mitad de la programación de <i>Ondas Azuayas</i>, una de las emisoras con más credibilidad del país.</p> <p>Internet es también el elemento clave para la <i>Radio Internacional Feminista</i>, FIRE, una emisora creada en 1991 en Costa Rica que dirige Katerina Anfossi Gómez. Con vocación supranacional y objetivo muy claro, la mujer, especialmente la latinoamericana y tercermundista, aunque, como resalta su directora, "no es una propuesta para mujeres, es una propuesta desde las mujeres"2.</p> <p>En Indonesia, la caída del régimen de Suharto en 1998, con su rígido control de los medios, permitió la aparición de múltiples emisoras de radio en los varios centenares de islas habitadas que componen el país. Esas emisoras se dirigen a públicos muy concretos, incluidas minorías lingüísticas, pero disponen ya de instrumentos como <i>Kantor Berita Radio 66H</i>, que utiliza Internet y satélites para enviar servicios a esas dispersas estaciones.</p> <p>Internet es un gran auxiliar si se sabe utilizar. En Bolivia, <i>Radio Yungas</i>, emisora rural dirigida al campesinado, incluye programas que, gracias a Internet, le permiten contestar todas las preguntas que le plantean sus oyentes, por complejas que sean.</p> <p><i>Favela FM 104.5</i> es una radio comunitaria que emite en Belo Horizonte, en el sur del Brasil, que ha conseguido algunos reconocimientos internacionales -como el premio otorgado por la ONU por su labor contra la droga-3. La creaban en 1981 vecinos de los barrios más marginales de la ciudad brasileña, con apoyo de algunos sectores católicos. Su impulsor fue Misael Avelino dos Santos, que sigue al frente de ella. Música y honesto periodismo de denuncia dieron pronto audiencia a la emisora, hoy una de las más sintonizadas en la ciudad, que tiene x millones de habitantes y en torno a la veintena de estaciones. En sus inicios emitía sólo de noche y en fines de semana, es decir, cuando los funcionarios del ministerio de Telecomunicaciones, que podían desactivarla, no trabajaban. Aun así ha sido cerrada cuatro veces. Los habitantes de las favelas cercanas la sienten como algo propio y se acercan a la emisora para transmitir reivindicaciones o simplemente enviar mensajes. Atiende las</p>
--	---

	<p>necesidades de unos 160.000 habitantes. Hoy trabajan en ella 30 personas, ofrece programas de producción propia y se ha hecho respetar: en campaña electoral no hay político que no pase ante sus micrófonos.</p> <p>En 1998 comenzaba a emitir en Paraguay <i>Radio Integración</i>, una emisora en FM que se define como "comunicación para la integración de las personas con discapacidad", radio comunitaria, modesta, pero que se ha hecho un hueco en la audiencia radiofónica de su país. La dirigen personas -como Cayo Acosta- con alguna discapacidad y se orienta a lo que es sin duda un público muy amplio, las cerca de 500.000 personas que padecen alguna discapacidad en la República del Paraguay.</p> <p>En 1989 estudiantes de la Universidad de Buenos Aires inician las emisiones de <i>Radio La Tribu</i>.. No hay propiamente dirección, a lo sumo coordinadores. Se admiten programas realizados por grupos externos, y la crisis argentina ha incrementado incluso las aportaciones. La programación es por ello muy variada, no falta el humor. Su público es heterogéneo. Sus impulsores siguen afirmando 13 años después que lo suyo es un proyecto político-cultural. La coyuntura no es fácil, la emisora tiene una veintena de trabajadores con salario, además de muchos colaboradores; por eso se conforma con subsistir.</p> <p>Lenguas que no encuentran eco en la televisión, disponen de emisoras y programas que las difunden. El quechúa, hablada por diez millones de personas en Bolivia, Perú y Ecuador, es un buen ejemplo, pues son ya más de 180 las emisoras que difunden programas en esas lenguas. El servicio Ñuqanchik ("Nosotros") les ofrece tres programas diarios en este idioma. Si no tienen Internet en la estación pueden conseguirlos en las cabinas públicas⁴. En Latinoamérica, la experiencia de la agencia de información para radio Púlsar es muy meritoria. Creada en 1996 con 48 abonados, alcanza hoy más de los 2.000 en 50 países de Latinoameca y del Tercer Mundo.</p> <p>En el África sursahariana hay dos teléfonos por cada cien habitantes, pero veinte receptores. Hace menos de 20 años en esos países emitían apenas unas decenas de emisoras, hoy son varios millares. Y muchas de ellas se dirigen específicamente a minorías étnicas o religiosas⁵. La FAO ha llegado recientemente a acuerdos con organizaciones no gubernamentales especializadas en radio comunitaria (AMARC, DCFRN) para elaborar programas específicos dirigidos a analfabetos y, sobre todo, a los que pasan hambre. Unas minorías mayoritarias en el Africa negra. En muchos de estos países hay emisoras meritorias que realizan una notable labor entre los sectores más desasistidos,</p>
--	---

	<p>como <i>Olkonerei FM</i>, en Tanzania, o <i>Radio Anfani</i>, en Níger, que destaca por su información sobre alimentos para públicos o con mínimos recursos. Pero los gobiernos no apoyan, temen que esas emisoras se conviertan en la voz de los sin voz. Son emisoras sin ingresos publicitarios, sostenidas sólo por el esfuerzo y la ilusión de los voluntarios.</p> <p>Los aficionados a la música están de enhorabuena con la multiplicación de emisoras de radio en la red de redes. Ya no es ningún problema localizar emisoras especializadas en música de piano, en ópera o sencillamente en la obra de Beethoven. Más incipiente, la radio digital ofrece también cobertura a las minorías. En el Reino Unido, el estado europeo donde está más desarrollada, no faltan emisoras especializadas, incluidas, por ejemplo, emisoras para las minorías homosexuales.</p> <p>La radio es un elemento útil para las minorías, pero frágil. La radio para minorías afronta por lo general condiciones -económicas, sociales, políticas, culturales- muy adversas. La legislación propuesta en el 2000 por el gobierno de Guatemala para las emisoras comunitarias es muy significativa: potencias muy pequeñas, imposibilidad de incluir publicidad y de formar cadenas y frecuencia única para todas las emisoras. En muchos países los promotores de emisoras comunitarias sencillamente lucha por la legalización, por una legislación que elimine prohibiciones, como ocurre en Ecuador.</p> <p>No sólo es una legislación muy dura, casi sin excepciones, o la consabida precariedad económica, es también el drama de la violencia directa. En Haití, un país con altos niveles de violencia y bajos de democracia, la radio es víctima preferente de esa tensión. Durante el año 2001 numerosas emisoras sufrieron atentados: <i>Radio Visión Nouvelle</i>, <i>Radio Visión 2000</i>, <i>Radio Lumière</i> y <i>Radio Express</i>, con una persona muerta y varias heridas graves y generalizada destrucción de equipos. Son emisoras orientadas preferentemente al campesino haitiano; Radio Lumière es una emisora evangélica. El año anterior fue asesinado Jean Léopold Dominique, director de <i>Radio Haiti Inter</i> y probablemente el periodista más prestigioso en ese momento del país caribeño. Haití, por el retraso de su prensa y la televisión, es un estado donde la radio tiene especial relieve. Funcionan unas 130 emisoras, de ellas casi el centenar son privadas, una treintena radios comunitarias y quince radios religiosas, más de la mitad concentradas en la capital del país. La ley además no reconoce emisoras comunitarias, de forma que buena parte de la radio para minorías es ilegal.</p> <p>El desarrollo reciente de la radio, unido a su tradicional flexibilidad,</p>
--	---

	<p>está permitiendo que pese a múltiples dificultades como las reseñadas el medio se convierta en el mejor aliado de las minorías, y por ello en un medio que favorece el pluralismo y defiende la multiculturalidad. No parece que esa vocación peligre globalmente, pero si es cierto que debe ser defendida, pues son muchos los países en los que tal vocación encuentra obstáculo tras obstáculo.</p> <hr/> <p>Notas:</p> <p><u>1</u> Véase 'Les radios communitaires face au conflit israélo-palestinien', en <i>Le Monde</i>, 12-4-2002.</p> <p><u>2</u> Véase ANFOSSI GOMEZ, Katerina (2000), "Trascendiendo fronteras. Mujeres en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación", en www.comunica.org</p> <p><u>3</u> GERALDO BREGUEZ, Sebastiao (1999), 'Favela FM 104.5: uma experiência de rádio comunitária em Belo Horizonte', en http://www.saladeprensa.org/art200.htm</p> <p><u>4</u> Sobre esta experiencia, GIRARD, Bruce (1999), "Pluralismo, Radio e Internet", en http://composite.uqam.ca/videaz/docs/brgies.htm, Véase asimismo DAVILA, Luis (2000), "Alred, red y tecnología al servicio de los más pobres", en http://www.comunica.org/tampa/docs/davila.doc</p> <p><u>5</u> GIRARD, Bruce (2001), "Radio rurale et technologies de l'information et de la communication: les defis", en http://www.comunica.org/radio.</p> <hr/> <p><i>Antonio</i> <i>Checa</i> <i>Universidad de Sevilla, España</i></p>
26 de mayo	<p>Angélica Enciso. "Medios educativos y culturales se amparan contra ley Televisa". <i>La Jornada</i>, viernes 26 de mayo 2006, p. 28</p> <p>Radiodifusoras y televisoras educativas y culturales representarán amparos en contra de la Ley Federal de Radio y Televisión por su inconstitucionalidad, además de que confirmaron que proceda la</p>

	<p>controversia que presentaron 47 senadores ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN).</p> <p>Ernesto Velázquez Briseño, director de Tv UNAM y presidente de la red que agrupa a 47 sistemas de radio y televisión educativas y culturales del país, aseveró que esta legislación que aprobó el Senado les afecta porque se quedan sin un marco jurídico adecuado para garantizar su operación, “pero además varios de sus artículos no solo omiten a estos medios, sino que buscan evitar su acceso a las nuevas tecnologías”.</p> <p>Entrevistado en el contexto de la segunda asamblea general ordinaria de la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, agregó que en términos de lo que va a permitir la reconversión digital para proporcionar servicios como redes de telecomunicaciones, eso queda restringido a los concesionados, mientras la mayoría de los medios educativos trabajan con permisos y no se dice cómo éstos van hacer frente a lo que significa el cambio de las tecnologías analógicas a las digitales.</p> <p>Aseveró que tampoco se permiten a los medios públicos contar con fuentes de financiamiento alternas, de tal manera que por todo ello es una ley que hará que estos medios desaparezcan. “Si con las condiciones actuales, con la tecnología analógica, han medios que han dejado de transmitir por falta de recursos, ahora con este marco jurídico estamos prácticamente destinados al ostracismo”.</p> <p>Dijo que frente a esta situación y en tanto se resuelve la acción de inconstitucionalidad que interpuso un grupo de senadores, en la que presentaron 21 argumentos para demostrar esta situación, varios sistemas han determinado interponer recursos de amparos. Expresó confianza en que la SCJN valorará de manera adecuada y emitirá un fallo a favor de la controversia constitucional de los legisladores.</p> <p>Velázquez Briseño también refirió a que la reforma paralela que habían planteado como una salida por los legisladores, “estamos seguros” de que no prosperará, porque existe la evidencia clara de que no existe la menor intención de convocar a un periodo extraordinario en la Cámara de Diputados.</p> <p>Señaló que negar esta minuta paralela es otra demostración de que no existía el menor interés de apoyar a los medios públicos; “lo más vergonzante de esto es que el Estado, por medio del Senado, niega a instituciones, como medios públicos, la posibilidad de hacer una tarea que es fundamental: la educación y la cultura”.</p> <p>En relación con elecciones del 2 de julio dijo que los medios públicos</p>
--	--

	harán una cobertura transparente y limpia: “la seguridad para nuestro público es que no hay ningún tipo de sesgo, ni inclinación política alguna”.
--	--

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la Radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 2007

Septiembre	<p>Islas Octavio, “<i>Elecciones presidenciales en México 2006. Cuando los medios desplazan a los electores</i>”. Chasqui. “<u>Revista Latinoamericana de Comunicación</u>”, No. 98, http://content/view/558/142/</p> <p>Las elecciones de 2006: Voto por voto, casilla por casilla y los medios</p> <p>Las elecciones presidenciales del 2 de julio de 2006, definitivamente, fueron las más costosas, competidas y cuestionadas en la historia. Entre Felipe Calderón y Andrés Manuel López Obrador, la diferencia fue de tan solo 243 mil 934 sufragios (0.58 por ciento). A pesar de tan cerrada diferencia y de no pocos cuestionamientos expresados antes, durante y después de los comicios, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TRIFE) rechazó la petición de representantes de López Obrador y el PRD, quienes exigieron abrir los paquetes electorales y contar voto por voto y casilla por casilla de la elección presidencial.</p> <p>“Los quince argumentos que presentaron los representantes de López Obrador y el PRD ante el Trife fueron:</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Propaganda negra destinada a desacreditar la imagen pública de López Obrador;2.- Intervención del presidente Vicente Fox, quien en medios electrónicos, impresos e Internet se dedicó a inducir y coaccionar al electorado para que voten a favor de Felipe Calderón;3.- Utilización de programas y recursos del gobierno federal para impulsar la campaña de Felipe Calderón;4.- Propaganda religiosa a favor de Felipe Calderón Hinojosa y contra López Obrador;5.- Intervención de empresas que exigieron a sus empleados votar por Felipe Caderón;6.- El Pan rebasó los gastos de campaña autorizados;7.- Participación de políticos y asesores extranjeros en la campaña de Felipe Calderón (José María Aznar y el asesor Antonio Solá);8.- Precampaña de Felipe Calderón;
------------	---

	<p>9.- Negativa del IFE a atender inconformidades del PRD;</p> <p>10.- Ineficiencia de la Fiscalía Especializada Para la Atención de Delitos Electorales (Fepade);</p> <p>11.- Utilización ilegal del padrón electoral en la campaña de Felipe Calderón;</p> <p>12.- Presión a los electores;</p> <p>13.- Manipulación del Programa de resultados Electorales Preliminares (PREP);</p> <p>14.- Errores aritméticos en actas;</p> <p>15.- El ejemplo de la casilla 2227 del distrito 8 de Salamanca, Guanajuato, donde un funcionario de casillo indebidamente introdujo boletas en una urna.”²</p> <p>Y en estas elecciones “más difíciles de la historia mexicana - según Octavio Islas- los medios de comunicación jugaron un papel definitivamente relevante: fueron efectivos electores y contribuyeron a definir el resultado de la elección presidencial.”³</p> <p>Las elecciones más costosas de la historia mexicana</p> <p>Para la preparación y desarrollo de las elecciones federales del primer domingo de julio de 2006, en las cuales, además de votar por el presidente de la República, los mexicanos mayores de 18 años decidirían la conformación de la Cámara de Diputados –integrada por 500 diputados federales-, así como la Cámara de Senadores –de 128 senadores-, el Instituto Federal Electoral (IFE) destino un presupuesto superior a los 12 mil 920 millones de pesos (mil 174 millones de dólares, aproximadamente, considerando la paridad once por dólar). De acuerdo con el reportero José González Méndez, del diario <i>La Jornada</i>, tal cifra superó: <i>el gasto conjunto de la Presidencia de la República, el Senado, la Cámara de Diputados, la Auditoría Superior de la Federación y la Suprema Corte, que este año (2006) es de 10.7 mil millones. El monto también representa (...) cinco veces más de los excedentes petroleros que el gobierno federal adelantó a Chiapas, Veracruz, Oaxaca, Puebla y Guerrero para hacer frente a los estragos del huracán Stan.</i></p> <p>El gasto operativo del IFE fue de seis mil 932 millones de pesos (poco más de 630 millones de dólares). La mitad de tan abultada cifra fue destinada al pago de salarios, bonos y compensaciones del personal que labora en el organismo responsable de organizar las elecciones federales en México.</p> <p>Para el desarrollo de las campañas electorales, los partidos políticos registrados recibieron cuatro mil 926 millones de pesos (poco más de 477 millones de dólares). Los tres principales partidos políticos: el</p>
--	--

² Octavio Islas. “Elecciones presidenciales en México 2006. Cuando los medios desplazan a los electores”. *Chasqui*. Revista Latinoamericana de Comunicación, No. 98, Septiembre 2007. <http://content/view/558/142/> (Consulta 15 de marzo de 2010).

³ *Ibíd.*

	<p>Partido Acción nacional (PAN), el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y el Partido Revolucionario Institucional (PRI), destinaron más 100 millones de dólares a gastos de propaganda. Se consideran los gastos de propaganda que realizaron partidos menores, las precampañas realizadas por los aspirantes del PRI, Partido Verde Ecologista de México (PVEM), y PAN, la indebida propaganda que realizaron algunos organismos empresariales, la doble contabilidad de algunos partidos, y la costosa campaña de Víctor González Torres (el llamado “doctor Simi”, exitoso empresario farmacéutico que pretendió impulsar su candidatura presidencial independiente), es posible afirmar que el monto destinado a gastos de propaganda electoral se incrementó de forma considerable. Será difícil conocer cuánto dinero fue gastado en las elecciones de 2006. Sin embargo, es posible afirmar que las elecciones presidenciales de julio de 2006, definitivamente, fueron las más caras de la historia de México.</p> <p>Leyes para asegurar grandes dividendos a los concesionarios de la televisión</p> <p>El 22 de noviembre de 2005, el diputado Miguel Lucero Palma (PRI) presentó a la Cámara de Diputados una iniciativa de reformas a las leyes federales de Telecomunicaciones, y de Radio y Televisión. La iniciativa en realidad fue preparada por algunos de los despachos que asesoran a Televisa en materia jurídica. Por tal motivo pronto fue conocida como “Ley Televisa”.</p> <p>Independientemente de las enormes ventajas y privilegios que deparaba la llamada “Ley Televisa” a los principales concesionarios de la radio y televisión en México, éstos consiguieron afirmar su control en la contratación de tiempos y espacios destinados a acciones de proselitismo político, obligando a candidatos y partidos a “negociar” por mejores condiciones. Al respecto, el destacado investigador y periodista Raúl Trejo Delarbre señala:</p> <p><i>Para la adquisición de espacios destinados a proselitismo político, la iniciativa que se debería informar al Instituto Federal Electoral sobre la propaganda que hubiese sido contratada por los partidos o candidatos. Aparentemente esa disposición le permitiría a la autoridad electoral fiscalizar el gasto de los partidos. Pero el IFE era colocado solamente como tesorero de los recursos que los partidos seguirían gastando según acordasen con cada empresa de radio y televisión.</i></p> <p>Desde el desarrollo mismo de las llamadas “precampañas”, algunos precandidatos intentaron negociar espacios y condiciones preferenciales con <i>Televisa</i>. Santiago Creel Miranda, por ejemplo. Seis días antes de presentar su renuncia a la Secretaría de Gobernación para buscar la designación del PAN como candidato a la presidencia, Creel decidió aplicar un viejo reglamento de juegos y apuestas para favorecer a la empresa <i>Apuestas Internacionales, S.A. de C.V.</i> –</p>
--	--

	<p>extensión de Televisa Juegos y Televisa S.A.-, otorgándole el permiso para operar 65 centros de apuestas remotas (<i>books</i>) y salas de sorteos de números (bingos) en 29 entidades. De acuerdo con el artículo 85 del reglamento que Creel aplicó para otorgar los permisos a Apuestas Internacionales, las apuestas en los establecimientos autorizados por el gobierno federal pueden ser captadas “vía internet, telefónica o electrónica”. De acuerdo con José Antonio Gurrea, del semanario <i>Etcétera</i>.</p> <p><i>Durante varios días la controvertida cesión a Televisa se mantuvo en secreto hasta que el jueves 9 de junio, gracias a una filtración a los medios, el asunto saltó a las primeras planas. El hecho fue cuestionado por analistas políticos de oposición e incluso correligionarios de Santiago Creel. Otros más comentaron el uso arbitrario y patrimonialista del poder, “como en los tiempos del PRI”, o las grandes ganancias que le esperan a Televisa.</i></p> <p>A pesar de tales negociaciones Felipe Calderón derrotó a Santiago Creel Miranda en las elecciones internas del PAN. Creel Miranda, el candidato del presidente Vicente Fox y su esposa, actualmente [2007] se desempeña como líder de los senadores del PAN.</p> <p>Los medios de comunicación en las campañas presidenciales</p> <p>Según el IFE, días antes de las elecciones, 71 millones 731 mil 419 mexicanos (94.41 por ciento de la población mexicana mayor de 18 años) estaban registrados en el padrón electoral, y 71 millones 351 mil 585 mexicanos contaban con su credencial para votar con fotografía (901.98 por ciento de la población de 18 años tenía credencial para votar).</p> <p>A fines del mes de marzo de 2006 –tres meses antes de las elecciones-, la empresa Parametría de México realizó un interesante estudio: “El mito de los efectos de las campañas”, el cual fue publicado en el periódico <i>Excélsior</i>. De acuerdo con los resultados que arrojó el referido estudio, la televisión, la radio y los periódicos representaron las principales fuentes de información empleadas por la ciudadanía para conocer las acciones y programas de los candidatos presidenciales.</p> <p>Tabla 1. ¿Cómo se enteró el ciudadano de las acciones o programas de los candidatos presidenciales a través de la televisión?</p> <p>Fuente: “El mito de los efectos de las campañas”. Parametría, publicado el 22 de marzo de 2006 en el periódico <i>Excélsior</i>.</p> <p>Tabla 2. ¿Qué tanta confianza le inspiran los medios de comunicación?</p> <p>Fuente: “Confianza en los medios de comunicación”. Parametría, publicado el 5 de mayo de 2006 en <i>Excélsior</i>.</p>
--	---

Internet en las campañas presidenciales

Los resultados de la primera gráfica permiten reconocer el incipiente desempeño de Internet como medio informativo en el desarrollo de las campañas presidenciales. Además, de acuerdo con la información registrada en la segunda gráfica, un considerable número de ciudadanos expresó su desconfianza en Internet.

De acuerdo con los resultados que arrojó el *Estudio AMIPCI de hábitos de los usuarios de Internet en México 2006*, en 2006 el número de usuarios de Internet en México mayores de seis años de edad ascendía a poco más de 20 millones. Además, según los resultados del referido estudio, la contribución de Internet en el incremento que registra la penetración de los medios de comunicación convencionales en poblaciones urbanas es muy significativa.

La “propaganda negra” fue la desafortunada constante en el desarrollo de las campañas presidenciales. El PRD e importantes medios informativos -el semanario *Proceso*, por ejemplo-, denunciaron la participación del consultor español Antonio Sola en la campaña de Felipe Calderón, responsabilizando a Sola de ser el autor intelectual de la propaganda negra contra López Obrador.

La propaganda negra contra López Obrador fue denunciada en el alegato que los representantes de López Obrador y del PRD presentaron al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación:

El resultado de la contienda del 2 de julio no podrá entenderse si deja de analizarse el papel que jugó en el voto de los electores la llamada “propaganda negra” que le atribuye al PAN. En su alegato jurídico ante el Trife, el PRD cita con ese tipo de propaganda, el PAN “coaccionó la voluntad” de los electores con miles de spots por medios electrónicos, por mensajes en Internet, con propaganda impresa y con llamadas telefónicas en las que siempre buscó presentar a Andrés Manuel López Obrador como un político al que el PAN atribuyó ser un “peligro” para México, acusándolo de “intolerante”, “mentiroso”, de haber “endeudado” al Distrito Federal, de actuar igual que el presidente de Venezuela, Hugo Chávez. A manera de prueba, también, el PRD señala que “una vez que se comenzó a difundir la campaña negra por el PAN, comenzó a reducirse la diferencia en las preferencias electorales, que al principio de la campaña favorecía por, al menos, ocho puntos” a Andrés Manuel López Obrador. Asimismo, acusa al IFE de no haber intervenido ni en tiempo ni en forma para frenar este tipo de propaganda en contra de Andrés Manuel López Obrador y de hacerlo solo hasta que el Tribunal

	<p><i>Federal Electoral se lo ordenó.</i></p> <p>Incurrieron en reprobables prácticas de “propaganda negra” a través de Internet, tanto miembros activos de partidos políticos, simpatizantes independientes, aficionados a la informática y numerosos hackers dispuestos a servir al mejor postor. En por lo menos seis ocasiones, el sitio web de Andrés Manuel López Obrador fue objeto de intrusiones de “hackers”. Tres días antes de las elecciones del 2 de julio, el sitio web de López Obrador fue blanco de las acciones de hackers.</p> <p>Una intensa confrontación se libró a través de blogs desarrollados por simpatizantes y “enemigos” de López Obrador, destacando, por un lado, <i>El sendero del peje al 2006</i> [http://senderodelpeje.blogspot.com/], y el otro, <i>El sendero del Mesías</i> [http://www.senderodelmesias.blogspot.com/]</p> <p>Los “ciberguerrilleros” al servicio de Felipe Calderón y el PAN emprendieron una intensa campaña de propaganda negra, cuyo objetivo fue atemorizar a la ciudadanía, describiendo un panorama apocalíptico que se viviría en México de triunfar López Obrador. Decían que se desatarían estatizaciones, se perderían los más elementales derechos, se sucederían devaluaciones, se paralizaría la planta productiva, resentiríamos una intensa fuga de capitales, se perderían miles de fuentes de trabajo, se deteriorarían las relaciones con los Estados Unidos y se consumirían incalificables agravios a la Virgen de Guadalupe.</p> <p>En las acciones de “propaganda negra” a través de Internet destacaron las siguientes cuentas de correo: efelipe@df.pan.org.mx, boletin@felipe.org.mx, boletin@fundacion-christlieb.org.mx, contacto@mexicohonesto.org Entusiastas simpatizantes de Felipe Calderón promovieron cadenas con mensajes contra López Obrador. Grupo SocCivil [gruposoccivil@yahoo.com], por ejemplo, afirmó contar con pruebas sobre los delitos en los cuales incurrió López Obrador para asegurar el financiamiento de su campaña presidencial. La liga hacia el sitio web en el cual supuestamente podían consultarse tan contundentes pruebas [http://soccivil2.c.topica.com/maaeV9NabrBeuburKLgcaeQzcY/] nunca funcionó. Grupo México [grupo.libertad@gmail.com] advertía sobre la inminente devaluación de la moneda tras el triunfo de López Obrador, destacando supuestas irregularidades de López Obrador en el manejo de las finanzas del Distrito Federal. Correos electrónicos que partían de la cuenta [ernestogranja06@hotmail.com] denunciaron que López Obrador deseaba acabar con el “mito y fanatismo guadalupano”.</p> <p>El boletín <i>Yo influyo</i> reunió una extensa colección de ensayos de crítica política con frecuentes descalificaciones a López Obrador. La</p>
--	---

	<p>Fundación de Estudios Urbanos y Metropolitanos Adolfo Christlieb Ibarrola [http://www.fundacion-christlieb.org.mx/] también se distinguió por sus acciones en materia de propaganda negra contra López Obrador.</p> <p>Además, a través de una auténtica avalancha de correos electrónicos circularon todo tipo de imágenes, chistes, rumores y majaderías entre simpatizantes de López Obrador y Felipe Calderón.</p> <p>La larga noche de un día difícil</p> <p>La noche del 2 de julio de 2006 fue imposible determinar al ganador de la elección presidencial. El 7 de julio, Luis Carlos Ugalde, presidente del Instituto Federal Electoral, decidió anticiparse al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, y procedió a declarar a Felipe Calderón, candidato del Partido Acción Nacional (PAN), ganador de la elección presidencial con 15 millones 284 votos (35.89 por ciento de los votos válidos), frente a 14 millones 756 mil 350 (35.31 por ciento) de Andrés Manuel López Obrador. La diferencia entre ambos candidatos fue de tan solo 243 mil 934 sufragios (0.58 por ciento).</p> <p>Los saldos de tan cerrada votación y los excesos incurridos en materia de “propaganda negra”, indudablemente, erosionaron la credibilidad en algunas instituciones y, sin duda alguna, polarizaron a amplios sectores de la sociedad.</p> <p>El mapa del poder visible, resultante del domingo dos de julio es el siguiente:</p> <p>El mapa invisible, el mapa del poder real en México, en cambio, es mucho más complejo. Los verdaderos actores suelen permanecer agazapados y solo irrumpen cuando pueden incrementar los privilegios obtenidos. Denise Dresser, destacada investigadora y periodista, nos revela un hecho decisivo en la campaña por la presidencia: <i>Quizás el tipping point -el punto de quiebre- como lo llamaría Malcolm Gladwell, ocurrió cuando Felipe Calderón decidió apoyar la ley tal y como estaba. Cuando dio instrucciones a la bancada del PAN al Senado en ese sentido, Pocas cosas tan dolorosas en este episodio, como contemplar la cara desencajada de varios senadores del PAN cuando salieron de la reunión con Héctor Larios, donde se les dijo que Felipe necesitaba remontar los diez puntos de distancia que lo separaban de AMLO. Y que para ello era necesario que se le tratara bien en “La Parodia” y “El privilegio de mandar”.</i></p>
--	--

	<p>El jueves 30 de marzo de 2006, el Senado de la República finalmente aprobó la llamada “Ley Televisa”, la cual fue publicada en el Diario Oficial de la Federación. El 4 de mayo, 47 senadores presentaron ante la Suprema Corte de Justicia una solicitud para que las reformas a las leyes federales de Radio y Televisión, y Telecomunicaciones fueran declaradas inconstitucionales. Los llamados <i>barones de la democracia</i> se han convertido en electores peligrosos. No será fácil poder contenerles. Además, el presidente Felipe Calderón tiene una gran deuda con ellos.</p>
--	---

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 2008

4 de enero La Jornada, p. 10	<p>Blanche Petrich, <i>Saldrá Aristegui de W; es incompatible con el modelo editorial de la emisora</i>, <u>La Jornada</u>, p. 10</p> <p><i>“Saldrá Aristegui de W; es incompatible con el modelo editorial de la emisora”</i></p> <p>Durante 2007 se conocieron presiones patronales para limitar la crítica de la periodista</p> <p>La radioemisora W, copropiedad de Televisa y el Grupo Editorial Prisa, de España, decidió ayer no renovar el contrato de la periodista Carmen Aristegui, conductora del noticiero matutino <i>Hoy por hoy</i>, que formalmente vence este 5 de enero.</p> <p>Los directivos de la W comunicaron lo anterior a los reporteros del noticiario. Por tanto, este viernes la reconocida periodista se despedirá al aire de su audiencia en su espacio radiofónico, que se transmitirá, como de costumbre, y por última vez, de seis a 10 de la mañana.</p> <p>Desde hace algunos días, la negociación para la renovación del contrato de la conductora se había estancado. Fuentes cercanas a la periodista revelaron que la empresa sostuvo que la labor desarrollada por Aristegui durante cinco años en esa radioemisora “dejó de ser compatible con el modelo editorial” del consorcio.</p> <p>Sin embargo, todavía anoche y después de haber notificado a los reporteros a su cargo que hoy sería el último día de trabajo de Aristegui en el noticiario, algunos directivos de segundo nivel sostenían, como “versión oficial”, que la negociación por la renovación del contrato “estaba difícil pero seguía su curso”.</p> <p>A lo largo de 2007 se empezaron a conocer las presiones de los consorcios Televisa y Prisa por limitar los márgenes de crítica de la periodista. Aristegui fue la única voz en el espectro televisivo y radioeléctrico que dio espacio a voces opuestas a la ley que pretendía</p>
---------------------------------	---

	<p>perpetuar el poder del duopolio Televisa-Televisión Azteca.</p> <p>Durante la campaña electoral de 2006, sólo esta conductora dio espacio en medios electrónicos al papel que jugó el cuñado de Felipe Calderón, Hildebrando Zavala, en la manipulación del padrón de electores.</p> <p>Apenas asumida la Presidencia por el panista Felipe Calderón, su otro cuñado y cercano amigo Juan Ignacio Zavala fue nombrado representante de los intereses del consorcio multimedios hispano Prisa.</p> <p>En marzo fue nombrado director de la W el periodista Daniel Moreno, hombre cercano a Zavala y a la esposa del ex presidente Vicente Fox, Marta Sahagún. En ese periodo, la oficina de prensa de Los Pinos concedió entrevistas prácticamente a todos los conductores de los noticiarios electrónicos. Carmen Aristegui fue excluida, notablemente, de este programa de difusión.</p> <p>Aristegui, reconocida como una de las líderes de opinión más importantes de México, ingresó a la W hace cinco años, a raíz del conflicto con Pedro Ferriz de Con, quien la expulsó –a ella y al conductor Javier Solórzano– del noticiario Imagen Informativa, de Grupo Imagen.</p> <p>En años recientes, Aristegui llevó al noticiario matutino <i>Hoy por hoy</i> a sus más altos niveles de audiencia, por encima de la barra de noticias de Radio Fórmula que conduce Óscar Mario Beteta a la misma hora. Oficialmente éste es señalado como el de mayor <i>rating</i> en el espacio radiofónico.</p> <p>La conductora, también titular del programa de entrevistas <i>Aristegui</i>, de la CNN en español, afianzó su prestigio y reconocimiento por la forma crítica y a profundidad con que abordó temas controvertidos.</p> <p>En su espacio se ventilaron con amplitud las dudas en torno a los resultados de las elecciones de 2006 y la resolución del tribunal electoral; la versión de la “muerte por gastritis” de la anciana nahua Ernestina Ascensión, de la sierra Zongolica; las denuncias de encubrimiento del cardenal Norberto Rivera a curas pederastas; el caso del presunto pederasta Succar Kuri y la periodista Lydia Cacho, y el posterior fallo de la Suprema Corte de Justicia de la Nación que exoneró al gobernador de Puebla, Mario Marín. Éstos, entre una gran gama de temas usualmente acallados en radio y televisión.</p>
7 de enero La Jornada, p. 19	<p>Fernández F. A., <i>Por Carmen y por nosotros</i>, <u>La Jornada</u>, p. 19</p> <p><i>Por Carmen y por nosotros</i></p>

Pensé y comenté la idea de titular este artículo así: ¡Por qué no te callas, Carmen! Pero la referencia con el personaje Hugo Chávez es del todo inaceptable. Sin embargo, hay muchas cosas en común entre el comportamiento de Juan Carlos de Borbón en la cumbre Iberoamericana de Chile al tratar de callar los parloteos –bastante sustentados, por otro lado, pero desagradablemente presentados– de Chávez, y la determinación del grupo español Prisa para no dar continuidad al contrato de Carmen Aristegui en la W Radio.

En ambos casos se manifiesta claramente la renovada intención hegemónica de los representantes del Estado español sobre América Latina, que ya algunos califican como francamente neocolonialista. No importa si al país lo gobierna el Partido Popular o el Socialista y su coalición, en cualquier caso se representan los intereses del gran capital hispano. Controlan algo así como 40 por ciento de la actividad bancaria mexicana y pretenden sin lugar a dudas apropiarse de parte de la generación de energía eléctrica, del petróleo y hasta del agua; por eso fue Rodríguez Zapatero uno de los primeros en reconocer a Calderón como presidente, antes aun que el tribunal electoral de nuestro país. López Obrador manifestaba una oposición al desarrollo de sus propósitos económicos. Su rey Juan Carlos de Borbón es el jefe del Estado español, seguramente “por la gracia de Dios” porque nadie ha votado nunca por él ni tal cosa se plantea, y cualquier manifestación en su contra recibe las protestas más airadas de los grandes partidos. (Y recordando una de Sabina: “es que tiene gracia, ¿esto es democracia?”)

El despliegue de los españoles por medio del grupo de comunicación Prisa en América Latina es consistente en años recientes. Este consorcio, dueño del diario *El País* (en su momento ariete de la transición democrática en esa nación), de la Editorial Santillana, de varias estaciones de radio y televisión en España, incursionó hace algunos años comprando estaciones de radio en Colombia, Chile, Panamá, Argentina, Miami y otros países de este lado del mundo y se ostentan como “la mayor red de radio panamericana”. En México adquirió un cadáver llamado Televisa Radio, la célebre W, que ya nadie escuchaba, y la W FM. Actualmente cuenta con 71 estaciones. Lo hizo mediante un convenio anómalo al menos por dos conceptos: primero, porque se trata de una división de acciones de 50 por ciento exactamente entre Televisa y Prisa; y lo segundo, aún peor, que no se trata de la incorporación de “capital pasivo”, esto es, sin que tenga el control de la empresa, sino, precisamente, todo lo contrario: son ellos los que dirigen Televisa Radio. Sin empacho, los funcionarios españoles entregan tarjetas de presentación ostentándose como

	<p>directivos de la firma.</p> <p>Es verdad que este hecho impidió que Televisa echara desde hace casi dos años a Carmen de la estación, precisamente porque el convenio establece que son los súbditos del señor Borbón quienes deciden tal cosa. Pero el comportamiento reciente en contra de Aristegui, que es en contra de la única voz en la radio de alcance más o menos nacional que se mantuvo en una invariable línea de pluralidad y crítica consecuente frente a los graves acontecimientos que han ocurrido en México, obliga hoy a exigir una explicación de este hecho y a realizar las movilizaciones necesarias para expresar nuestro descontento.</p> <p>Se han manifestado miles de personas contra la decisión de sacar a Carmen de la radio. Se ve también que algunos pocos lo están celebrando, Televisa en primer lugar, porque el ejemplo de libertad, independencia, profundidad y consecuencia de la comunicadora es inadmisibles para los propietarios que exigen uniformidad y sometimiento sin cortapisas a sus empleados.</p> <p>También lo están celebrando algunos comunicadores y comunicadoras, supuestamente “colegas”, para quienes la competencia y la comparación con lo que podría llamarse el “ejemplo Aristegui” les producía un escozor insoportable. Algunas se frotan las manos con la ilusión de ocupar su lugar.</p> <p>En comentarios hechos públicos se dice que quien más pierde es Televisa Radio. Es verdad, y si hay inteligencia en algún propietario de medios ya estará buscando a Carmen para incorporarla a su empresa, con la garantía de que la mejor comunicadora de medios electrónicos en el país le dará todos los dividendos que hoy pierden estos nuevos comerciantes ultramarinos.</p> <p>Sin embargo, de ninguna manera debemos perder de vista el hecho de que este grupo español está imponiendo su “nuevo proyecto editorial” aplicable a sus dominios, en los que seguramente no quieren que se ponga el sol, por encima de los intereses de la mayoría de los mexicanos. Merecen una respuesta.</p>
<p>8 de enero La Jornada, p.8</p>	<p>Blanco Jose, “<i>Aristegui</i>”, <u>La Jornada</u>, p. 16</p> <p><i>Aristegui</i></p> <p>La salida de W Radio de Carmen Aristegui –la mejor comunicadora de México, según mi opinión, en la que no tomó en cuenta el género– es una prueba contundente de que en México ubicamos los derechos derivados de la capitalización realizada sobre un bien público por</p>

	<p>encima del derecho a la libertad de expresión. El comunicado de prensa de la empresa radiofónica, entre otras cosas, dice: “el nuevo modelo de organización y trabajo que se viene implantando en W Radio es el mismo que funciona en 10 países de habla hispana con éxitos y liderazgos incontestables”; tal argumento es desmentido con la información que Carmen dió en su despedida: “nos vamos justo cuando mejor y más alto marcaban nuestros registros en <i>rating</i> y en audiencia, lo cual sólo es posible con una audiencia como la que usted conforma”.</p> <p>Carmen se va porque su voz es un caso ejemplar de libertad de expresión y porque dio voz en libertad a ciudadanos de todo tipo que algo tenían que decir sobre temas candentes, algunos de los cuales la propia Carmen ha enumerado: “las elecciones presidenciales de 2006, el debate de la Ley de Radio y Televisión, la reforma electoral, los procesos judiciales contra el cardenal Norberto Rivera en Estados Unidos, los casos Zongolica y Lydia Cacho”. Recordó asimismo que en su emisión matutina se difundieron las llamadas telefónicas de los inefables Kamel Nacif y Mario Marín, y el reconocimiento que hiciera al trabajo de la Suprema Corte “donde puso por delante el tema del servicio público de los medios de comunicación y su sentido fundamental” para una vida democrática en México.</p> <p>El debate sobre el liberalismo en nuestro país, con demasiado infortunio, se redujo a la descalificación de un “neoliberalismo” económico que ha acarreado desgracias sin fin a amplias zonas del planeta. Puesto en su contexto histórico, se habría podido ubicar en coordenadas más informadas y mucho más amplias. Los “liberalistas”, como los llama Luis Medina para referirse entre otros a quienes comúnmente llamamos neoliberales, acabaron abarcando en los hechos al liberalismo en todas sus facetas y sus historias diversas.</p> <p>El liberalismo, para seguir a Medina, es una cultura. Agregaría, una cultura que ha formado parte central del <i>ethos</i> de todas las épocas de la historia conocida. Las posiciones, actitudes, idiosincrasias, resortes, del liberalismo, han sido muy anteriores a su propio nombre y pueden resumirse en una breve frase: la lucha por la libertad. Por eso el liberalismo, en perspectiva histórica, no es un conjunto de preceptos o “valores” ideológicos a históricos. Siempre han tenido un contenido distinto, porque diferentes han sido las condiciones opuestas a las libertades.</p> <p>De otra parte, la Asamblea General 217 A (iii) de Naciones Unidas aprobó y proclamó, el 10 de diciembre de 1948, la <i>Declaración Universal de Derechos Humanos</i>. El artículo 19 de la Declaración dice: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de</p>
--	--

	<p>difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”. La Declaración fue recogida, ampliada y precisada por la Convención Americana sobre Derechos Humanos o Pacto de San José de Costa Rica, que en su artículo 13, fracción 3ª, señala: “No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones”.</p> <p>De ahí pasó a casi todas las estructuras legales de los países democráticos. Ese derecho acaba de ser conculcado por la empresa de W Radio a Carmen Aristegui, a todos a quienes habría podido seguir dando esa libertad, y nos ha negado a todos sus oyentes el derecho a la información sobre asuntos centrales para la vida democrática y civilizada de este país, que ella era capaz de hallar y proporcionarnos.</p> <p>La libertad de expresión y de opinión no es un derecho humano más; es un derecho sin el cual muy difícilmente pueden ejercerse los demás derechos humanos. Pero como todo derecho referido a la libertad es tema de debate, casi siempre referido a sus límites, por cuanto la vida en sociedad obliga a que el ejercicio del derecho de uno no afecte el de otro(s).</p> <p>Los <i>liberalistas</i> sostienen, en breve, esta posición: la libertad de prensa es una extensión del derecho sobre la capitalización del trabajo personal, por lo cual todos tienen derecho a poseer una empresa de comunicación a condición de haberla creado y que se sostenga por el propio esfuerzo.</p> <p>El pueblo como colectividad no representa al pueblo, sino la sociedad civil formada por una pluralidad autónoma de individuos. Considerando a éstos como origen de toda voluntad, sólo el derecho de propiedad privada posibilita la representación real de las opiniones particulares (http://es.wikipedia.org/prensa).</p> <p>Es claro que esta posición está en contra del espacio radio eléctrico y de las ondas hertzianas como bien público concesionado. La superioridad para la sociedad del derecho a la libertad de expresión, sobre los derechos derivados de la capitalización hecha sobre un bien público, la resolvió adecuadamente la Corte y la ley correspondiente que, inexplicablemente, sigue sin ser publicada por el Ejecutivo. Esta tesis la ha defendido siempre Carmen Aristegui. Acompañémosla en esta lucha.</p>
9 de enero La Jornada	<p>Linares Zapata Luis, <i>Aristegui: despido preventivo</i>, <u>La Jornada</u></p> <p><i>Aristegui: despido preventivo</i></p>

	<p>El programa radiofónico de Carmen Aristegui en la antigua XEW se colocó, por voluntad propia, en un sitio de obligado quiebre según la lógica del modelo de gobierno vigente. En ese punto coinciden tres diferentes conjuntos de voluminosos intereses y particulares visiones que forman parte integral del poder en México. Los tres contrarios no sólo a mucho de los contenidos, sino también a las orientaciones que la conductora imprimió en su actuación difusiva.</p> <p>Por un lado, y como segmento primordial, está la actitud entreguista que abrazan con insólita fe y conveniencias el Presidente del oficialismo y sus grandes patronos. Las marcadas carencias de legitimidad de Calderón, aunadas a su pobre desempeño durante el pasado año, lo tornan por demás sensible a las diferentes opiniones, en especial aquéllas con amplia recepción entre el público. En otro de los vértices se apilan los sentires y los negocios del consorcio Televisa. Por experiencia acumulada se sabe que en esa empresa las antipatías para con todos aquellos que no le son fieles hasta la ignominia son argumentos cruciales para evaluar los futuros de personas y programas. Y, por último, la estrategia imperial de las empresas españolas y su gobierno para con los consumidores y usuarios de sus antiguas colonias en América. Una triplete de masivos intereses frente a una sola mujer, por más que ésta haya mostrado la capacidad operativa suficiente (<i>rating</i>) para atraer, alrededor de sus enfoques, apertura y diversas voces, al amplio auditorio de ciudadanos que le respondió.</p> <p>A Carmen, sin embargo, no se le despidе únicamente por lo que ha hecho, sino, de manera primordial, por lo que podría representar en el próximo futuro, que ya se configura desde los centros decisorios de dentro y fuera del país. Y esto es lo interesante de un movimiento que bien puede ser llamado de acción preventiva empresarial.</p> <p>En efecto, sobre la evaluación que se hace de su trayectoria pesan sus propias posturas, enfoques y agenda sobre espinosos temas. Todos ya bien examinados por distintos articulistas y actores de la vida pública. Muchos de los cuales, por no decir que todos ellos, incómodos para las derechas y distanciados de la línea oficial. En ese segmento ideológico y programático, crecientemente conservador y hasta reaccionario, Aristegui hizo muchos enemigos jurados y otros tantos celosos rivales que no podían menos que reaccionar en defensa de sus posiciones y de sus inocultables ambiciones. Al mismo tiempo, y por contraste necesario, se acercó a otro segmento del mercado radiofónico. Uno, muy vasto, que se ha dejado de lado por aquellos afiliados a la oficialidad: el del centro y la izquierda nacionales. Así se da esa confluencia, antes mencionada, que determinó su airosa y digna</p>
--	---

	<p>salida. El costo para con los autores de tan inicua medida preventiva es sustancial. Pero los intereses que se defienden por parte de esas tres fuerzas en movimiento es, también, inmenso: el petróleo y, más ampliamente, el control de los negocios con la energía de México.</p> <p>La idea, avanzada por Ciro Gómez Leyva en uno de sus condensados artículos, de reducir el asunto a un diferendo entre una conductora y los burócratas que manejan la estación (W), es simplista, por decir lo menos. Si ése fuera el caso, los dos sujetos mencionados por la crítica ya hubieran tenido que dejar esa estación por el daño ocasionado a la imagen y objetivos de sus patrones. A Calderón por inducir su salida a través de su cuñado, aun cuando éste niegue su directa participación. A Televisa por cobrar venganzas indebidas y torpes.</p> <p>Aristegui no asistió al descomunal acto de fuerza de los concesionarios frente al Senado y sostuvo posturas independientes y diferenciadas en cuanto a la ley de medios, dando cabida a disidentes para informar mejor a la ciudadanía. Y, sobre todo, ha afectado la imagen imperial que tanto las empresas españolas como su gobierno se van labrando y donde Prisa es factor primordial.</p> <p>La actuación estelar de las empresas españolas en Latinoamérica es un fenómeno de reciente conformación. En Argentina, en Nicaragua, en Venezuela, en Bolivia y Ecuador han dejado una estela de abusos, atropellos y trampas inocultables. Baste recordar la inscripción, como de su propiedad, que Repsol hizo en la bolsa de valores de Nueva York de las reservas de gas bolivianas. Mucho del enfrentamiento entre el rey, Ortega y Chávez obedece a este tipo de fricciones en distintos renglones de negocios.</p> <p>En realidad, Prisa y sus andanzas difusivas en estas regiones la han convertido no sólo en un agente de sus propios intereses (<i>El País</i>, Santillana), sino en un ariete de respaldo y promoción para la nueva colonización. Actividad que concretan numerosas empresas, en primer término las energéticas, campo donde han concentrado sus ambiciones, aunque no de manera exclusiva. Las telecomunicaciones y la banca son otras de ellas a cual más estratégicas para el futuro desarrollo del país receptor y ante el cual ejercen las debidas presiones, siempre aunadas al oficialismo en turno.</p> <p>En todas estas actividades empresariales la buena disposición, la simpatía, los intereses cruzados y las complicidades con las autoridades son cruciales. De ahí que mantener relaciones fluidas y aceptadas por las mayorías se convierte en un objetivo trascendente. Varias empresas españolas han incursionado ya en el gas mexicano (Burgos) y otras esperan hacerlo ahora que la administración de</p>
--	--

	<p>Calderón (junto con el priísmo entreguista) abra oportunidades en las diversas áreas de Pemex hasta hoy reservadas para el Estado.</p> <p>La penetración de los españoles en la Comisión Federal de Electricidad ya es abrumadora (recuérdese la causa eficiente de las inundaciones en Tabasco). Prisa no es ajena a toda la embestida que se dará para forzar la participación del capital privado en Pemex, sobre todo el internacional, donde los españoles, por sus propias e ingentes necesidades, ambicionan una tajada considerable del succulento pastel. Por eso en la XEW, y en el resto de Latinoamérica, han diseñado un ejercicio editorial sometido a sus designios y no permitirán que los conductores tengan independencia alguna. Los que sustituyan a Carmen sabrán a qué atenerse y la audiencia también.</p> <p>Por eso sale Aristegui de la XEW. A la ya firme audiencia que tenía había que unirle lo que podría adicionarse si, con sus micrófonos abiertos, diera cabida a la inconformidad que sobrevendrá cuando se cambien las reglas constitucionales o se alteren leyes secundarias para la entrega de la joya productiva nacional. Un panorama tan difícil de digerir por el poder, que se opta por esa medida preventiva que, como todos esos experimentos represivos, tendrá sus inevitables consecuencias y, a pesar de todo, un final inesperado.</p>
8 de febrero Reforma	<p>Villoro Juan, <i>Bailando en el espacio</i>, “<u>Reforma</u>”, México, Primera sección.</p> <p><i>Bailando en el espacio</i></p> <p>Hubo un tiempo en que el espacio exterior quedaba en México. En los años sesenta el rock llegaba a nosotros desde un planeta remoto. La cultura de masas quedaba lejísimos y nuestra estratosfera se veía asaltada por la "invasión inglesa" que protagonizaban los Fabulosos Cuatro: John, George, Paul y Ringo (siempre mencionados en ese orden). A 40 años de la muerte del general Álvaro Obregón, los mexicanos nos enfrentábamos al pasmoso dilema de estar in o estar out.</p> <p>Los niños de la época oíamos la radio con el asombro y la curiosidad con que se oyó la adaptación que Orson Welles hizo de La guerra de los mundos y llevó a creer a los habitantes de Nueva York que los verdes alienígenas en verdad habían estacionado sus platillos en la avenida Madison.</p> <p>Las emisoras que transmitían rock eran oráculos de lo nuevo y se dejaban influir por nuestras emociones. Aún sé de memoria los teléfonos que marqué hasta sentir que se me borraban las yemas de los dedos: el de La Pantera (2-4-6-590) y el de Radio Éxitos (21-18-78).</p>

	<p>Una voz magnífica, de capitán intergaláctico, preguntaba: "¿Por quién votas?". Había que apoyar a los Stones o a los Beatles, a los Animals o a los Hollies. Nuestros remotos ídolos flotaban en la Dimensión Desconocida.</p> <p>En ocasiones, <i>la Caravana Campeona</i> de la radio se ubicaba en alguna esquina a repartir premios. Para obtenerlos había que pronunciar consignas de responsabilidad social y buena vibra, por ejemplo: "Ahorra luz y sé tú mismo".</p> <p>Estas claves eran tan fascinantes y herméticas como las que se gritaban por walkie-talkie en el programa Combate: "Jaque Mate Rey Dos", decía el sargento Saunders. "Aquí Torre Blanca", respondía un héroe subordinado.</p> <p>Las canciones de rock llegaban como contraseñas de un impreciso más allá, similares al himno de la otredad que se puso de moda poco antes: "Los marcianos llegaron ya / y llegaron bailando ricachá". En aquel tiempo optimista los encuentros del tercer tipo parecían una oportunidad para aprender nuevos pasos en la rutilante pista del universo.</p> <p>Esto viene a cuento porque desde el lunes pasado el cosmos es como el Distrito Federal de mi infancia: una sonda avanza por el espacio transmitiendo música de los Beatles. "Mándenle mi amor a los alienígenas", comentó Paul McCartney en el tono en que antes mandaba besos a las chicas del barrio.</p> <p>La NASA ha decidido propagar buenas noticias de la Tierra. Cuando otra nave se cruce con la cápsula que avanza a 168 mil millas por segundo sabrá que en algún punto de la galaxia late un corazón ye-ye.</p> <p>La melodía que inicia el hit-parade interestelar es <i>A través del universo</i>, elección quizá demasiado obvia. Los jefes del programa aeronáutico deben haber pensado que los extraterrestres aún no se capacitan para oír <i>Soy la morsa</i>.</p> <p>De cualquier forma, es de celebrar que planetas distantes se puedan poner al día en algunos millones de años.</p> <p>Pero está visto que todo proyecto nómada es compensado por uno sedentario. Desde que Abel y Caín dividieron a la tribu, unos viven para irse y otros para quedarse. Mientras una nave viaja con música de los Beatles, un hotel de Liverpool ofrece la oportunidad de dormir dentro de un disco del cuarteto (o algo parecido). El local lleva el previsible nombre de <i>A Hard Day's Night</i> y pretende otorgar valor temático a un rasgo común de los albergues: el huésped se puede</p>
--	--

	<p>sentir como Hombre de Ninguna Parte. La diferencia es que ahí eso no representa una despersonalización sino un personaje de los Beatles.</p> <p>Para hacer auténtica justicia al cuarteto, debería ser posible meditar en el spa con Maharishi Mahesh o recibir un elíxir de cortesía que permitiera ver a <i>Lucy en el cielo con diamantes</i>. Como el negocio sólo tiene cuatro estrellas, el mundo Beatle se reduce a fotos de los ídolos y cerillos alusivos. A los clientes con iniciativa se les recomienda llevar un submarino amarillo para la tina.</p> <p>Como no hay hotelería sin supersticiones, es posible que la gerencia evite instalar una suite Yoko Ono con el escrúpulo con que otros establecimientos evitan tener un piso 13.</p> <p>¿De cuántas maneras podemos celebrar las cosas que nos gustan? La mente opta por compensaciones y tal vez dormir rodeado de talismanes de los Beatles produzca sueños de la onda grupera. Las pasiones requieren de perspectiva; a veces, estar lejos del objeto del deseo ayuda a potenciarlo. El placer comienza con el anhelo y la anticipación.</p> <p>En cierta forma, el hotel hace pensar en una inversión secreta de los Rolling Stones; no parece destinado a promover la beatlemania, sino a culpar a Ringo de que no haya agua caliente.</p> <p>En cambio, hay algo grandioso en considerar que el cosmos pueda recibir un impacto a gogó. Cuando seres provistos de seis orejas o epidermis auditiva oigan a John Lennon, el planeta del cantante ya habrá desaparecido. Entre las muchas empresas inútiles de la especie ésta es una de las más conmovedoras. La arrogante civilización que inventó la fama y el top ten propone una hazaña sin público. El gesto importa por su gratuidad: una acción sin posible recompensa, más allá de toda respuesta.</p> <p>De cualquier forma, nada nos impide imaginar que el peinado de casquete se ponga de moda en discotecas siderales ni que eruditos ultragalácticos descubran que la portada del Sargento Pimienta ofrece claves sobre la muerte de Paul McCartney y el mensaje cifrado de Revolución No. 9 significa que la canción contiene un mensaje cifrado.</p> <p>La nave sin destinatario visible circula por el frío espacio donde nadie puede oír tu grito. Más allá de los asteroides y las cambiantes lunas, alguien recibirá esa melodía.</p> <p>A partir de esta semana los extraterrestres podrán ser como nosotros. La voz de los Beatles llegará a los confines de la galaxia como en los</p>
--	--

	años sesenta llegó a mi colonia, tan alejada de lo nuevo que entonces se ubicaba en el espacio exterior.
--	--

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la Radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 2009

9 de octubre	<p>Jesús Olguín. Radio: Amigo versátil. Revista <i>Etcétera</i>. Para entender a los medios. México, D.F., 9 de octubre, 2009. En: http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1680 (Consulta: 6 de febrero de 2010).</p> <p><i>Radio: Amigo versátil</i></p> <p>Dispuesto a seguir a quien sea sin distingo de característica alguna, no le importa el horario ni el estado de ánimo del acompañado; para todos tiene: temas para todos los gustos y música de todos los géneros. Es un eficaz publicista que, a diferencia de otros, cobra poco. Nos acompaña en los sitios más inverosímiles y es, sin lugar a reclamos, el más fiel y simple recurso de comunicación, capaz de funcionar aún en las circunstancias más difíciles y sin necesidad de suscripciones especiales.</p> <p>La radio, con sus muchas décadas de existencia, se ha desarrollado sin dejar de ser un medio de vanguardia; pese a la creciente oleada de formas nuevas de comunicación, sigue vigente y al día, con infinidad de programas noticiosos, culturales, sociales, musicales, deportivos y hasta esotéricos y de <i>tips</i> para el corazón. Es invaluable y déjenme decirles por qué.</p> <p>El 19 de septiembre de 1985, pasadas las 7 de la mañana, todo empezó a caer sobre nuestras cabezas. Los que estábamos en aquel gran hospital en la entrega y recepción de turnos, vimos cómo el plafón falso que revestía el techo se desplomó, sin dejarnos entender qué era lo que ocurría. Vimos desaparecer, a través de las ventanas con cristales rotos, los edificios contiguos al nuestro en aquel inmenso nosocomio. Todo fue confusión durante horas, días y hasta semanas. En esa época cayeron antenas de televisión con todo y sus emisoras, no existía la red de telefonía celular que tenemos ahora; entonces la comunicación resultó uno de los problemas más difíciles de solucionar. Hasta que alguien, con su radio portátil, nos mostró el devastador</p>
--------------	---

	<p>panorama, empezamos a percatarnos de que no éramos los únicos que nos encontrábamos en tal situación.</p> <p>Los de la radio transmitieron mensajes para pedir ayuda adonde se solicitaba. Algún iluminado se logró comunicar con ellos y, sin exagerar, como 15 minutos después de que escuchamos al locutor describir nuestra situación, vimos cientos de manos trabajar junto a nosotros para remover escombros y sacar cuerpos de entre las piedras. Nos decían que llegaban después de oír la noticia por radio e iban a ver en qué podían ayudar. Desde ese momento y hasta varios días después, cada cosa que era urgente o prioritaria para lo que nos ocupaba la comunicábamos a la radio y, en una acción casi mágica, veíamos respuesta. No importaba la frecuencia, la hora o lo que fuera, ellos, los de la radio, se encargaban de pedirlo en el mismo instante en que lo solicitábamos y lo conseguían.</p> <p>La radio: todos esos héroes con una voz familiar y rostro desconocido que no dejan un minuto de ser nuestros ángeles protectores y que han logrado, tal vez sin darse cuenta de ello, salvar más vidas que las que muchos otros esfuerzos han logrado. A esos hombres y mujeres que traen debajo de sus ropas el disfraz de superhéroe y que –mientras no haya desastres naturales o epidemias que demanden información masiva, oportuna y permanente– nos mantienen distraídos o informados. Les debemos un reconocimiento exaltado.</p> <p>Sólo cuando has estado en circunstancias similares a las del terremoto de 1985 en el Distrito Federal, te percatas de que su labor es cuestión de vida o muerte.</p> <p>Gracias, versátil amigo.</p> <p>8 de mayo, 2009 <u>Juan Villoro</u></p> <p>Cloro y mayonesa</p> <p>Después del terremoto de 1985 salimos a la calle con picos y palas.</p> <p>Hubo héroes que se improvisaron como "hombres topo", entrando a huecos que parecían inaccesibles. Las mujeres prepararon sándwiches y agua de limón para los que tratábamos de imponer un orden en las ruinas. Otros hicieron acopio de víveres y ropa para los damnificados. Los taxis te llevaban gratis y los teléfonos funcionaban sin monedas. Bastaba tener un trozo de tela amarilla en el brazo para calificar como brigadista.</p>
--	---

Actuamos de manera improvisada y tal vez repartimos mal nuestros esfuerzos. Lo importante es que hicimos algo y eso nos sirvió de terapia. Un orden superior -el escenario que tantas veces nos parece ajeno, adverso, intransitable- se había roto. El aire olía a gas. Al día siguiente del primer temblor, hubo una réplica, menos agresiva pero más temible, pues ya sabíamos lo que podía pasar. Por la noche, recurrimos a remedios domésticos: nuestros sismógrafos fueron un vaso con agua en el buró y los cubiertos colgados del marco de una puerta. Acaso sólo entonces la ciudad fue de veras nuestra: al fin nos necesitaba con urgencia. Levantar un ladrillo era una forma elemental de ser capitalino. Las grietas de la ciudad mostraron nuestro rostro. No estábamos en la mejor de las condiciones (¡cuánto polvo nos sobraba en el pelo!), no sabíamos si al recoger cascajo salvaríamos a alguien o provocaríamos otro derrumbe, pero una certeza se imponía: éramos la única respuesta.

El trauma del temblor se pudo superar gracias a que logramos sentirnos útiles. En 1985 encontramos la ciudad que se nos había perdido dentro de la ciudad. ETCÉTERA. 8 DE MAYO DE 2009.

<http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=638>

A veinticinco años del terremoto que sacudió la Ciudad de México el 19 de septiembre de 1985. Recuerdo, no recuerdo... que iba a dejar a mis pequeñas a la escuela. Vivíamos en los confines de Atizapán de Zaragoza y las llevaba al Liceo Franco Mexicano en Polanco. Oíamos en Radio Educación, el programa que conducía el fabuloso Emilio Ebergengyi, titulado: “De puntitas”, programa infantil escrito por Martha Romo que proclamaba: “No me levantes a gritos, de puntitas es mejor”. El cual nos recordaba a las atribuladas madres de la clase trabajadora que debíamos tener paciencia con nuestros hijos en las ajetreadas mañanas.

De pronto, un movimiento intensísimo sacudió todo a nuestro alrededor y la frágil *Caribe* al cruce de Puente de Vigas. La radio nunca salió del aire y buscábamos en su sonido alguna voz que nos explicara qué había sucedido. Todos los conductores y los tripulantes de los automóviles nos veíamos con asombro y uno que otro con pánico. No las llevé a la escuela, fuimos a refugiarnos a casa de mamá en la Colonia Anáhuac, teníamos que constatar si nuestros familiares estaban bien: la torre de telecomunicaciones había caído, no había teléfonos ni telégrafos. Algunos canales de t.v., como canal 2 habían suspendido sus transmisiones, pues el edificio desde donde transmitían se había derrumbado. Creíamos estar incomunicados, pero la voz de la radio nunca se apagó. Dejó de tocar discos y empezó a hablar y sobre todo, a escuchar.

	<p>Aún no se generalizaban los teléfonos celulares y muy pocos contaban con el servicio de telefonía inalámbrica en sus automóviles. Solamente gente como Jacobo Zabloudovsky, director de noticiarios de Televisa, poseían este medio y al percatarse de los alcances del fenómeno decidió, como buen reportero, utilizarlo para efectuar la cobertura del suceso a través de la W:</p> <p>Zabludovsky: XEW, habla su amigo Jacobo Zabloudovsky</p> <p>Locutor de la W: Gracias. Adelante licenciado Jacobo Zabloudovsky</p> <p>Zabludovsky: Ahora, señoras y señores. Estoy enfrente de mi casa de trabajo, donde he pasado a lo largo de mi vida más horas que en mi propia casa, y está totalmente destruída.</p> <p>Sólo espero que mis compañeros de trabajo y mis amigos, mis hermanos de labor estén todos bien.</p> <p>Me es imposible reconocer esta esquina hasta donde tantos años, durante toda mi vida he vivido...</p> <p>El veterano periodista recuerda aquel sonido de sirenas y decenas de testimonios en medio de un panorama estrujante y desolador en entrevista para el periódico <i>La Jornada</i> en 2005:</p> <p>Al llegar al cruce de Reforma con Insurgentes desciende un momento del automóvil y prosigue con la evocación. "La mayoría de los grandes edificios que estaban alrededor de la estatua de Cuauhtémoc se había caído: el hotel Continental Hilton, el edificio del Banco de Crédito Minero tenían grandes daños. Enfrente, el cine Roble estaba semiderrumbado.</p> <p>"Entonces supe que las consecuencias del temblor superaban todo, no sólo lo que supuse al principio de mi recorrido, sino todo lo que yo había visto en mi vida. Aquí empecé a darme cuenta de la tragedia."</p> <p>-¿En qué momento decidió hacer la crónica, comenzar a pensar como reportero?</p> <p>-Todo el tiempo, desde el principio. Mi obsesión, mi único pensamiento era que si algo había pasado, cómo lo íbamos a cubrir en televisión. Como los canales de Televisa estaban fuera del aire, por razones que yo ignoraba, hablé a la XEW, una de las estaciones de radio pertenecientes a la empresa donde yo trabajaba, y mediante el teléfono de mi coche me lanzaron al aire desde que pasaba frente al Museo Nacional de Antropología. Todo el esfuerzo periodístico de esa mañana fue por radio.</p> <p>"Así empecé a hacer la crónica por radio, en vivo, con gran</p>
--	---

	<p>prudencia, tratando de no ser amarillista, pero también de no quedarme atrás de los hechos. Iba diciendo simplemente lo que veía, hasta que llegué un poco más allá de Reforma e Insurgentes. Ahí dije por primera vez que estábamos ante la más grande tragedia que había sufrido la ciudad de México."</p> <p>El reporte de Zabloudovsky al aire se intercalaba con llamadas de gente preocupada por sus familiares y con información de otros aspectos del desastre. "Cada que me regresaban el micrófono yo decía dónde me encontraba y qué veía."</p> <p>Gracias a la transmisión radiofónica, otros reporteros y camarógrafos ubicaron a Zabloudovsky y se trasladaron a donde éste se encontraba. "Vinieron, y ellos fueron los que me contaron que se habían derrumbado las instalaciones de Televisa Chapultepec. También llegó un chofer a ayudarme; él manejaba mientras yo transmitía."</p> <p>A partir de entonces el recorrido del periodista quedó registrado por las cámaras. "Por eso después fue muy fácil empalmar mi transmisión de radio con la imagen, de tal manera que parece que fue una transmisión para televisión, pero no, todo fue para radio." ⁴</p>
--	---

⁴ Arturo García Hernández. *20 años después... Entrevista: Jacobo Zabloudovsky. La Jornada*, Domingo 18 de septiembre de 2005. <http://www.jornada.unam.mx/2005/09/18/042e1cap.php> (Consulta: 15 de abril de 2010).

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán

PAPIIT-IN400108-3

Nuestra es la voz, de todos la palabra
Historia de la Radiodifusión Mexicana 1921-2007

Catálogo de Fichas Hemerográficas

- 2010

10 de septiembre	<p>Entrevista a Gutiérrez Vivó por Carmen Aristegui</p> <p>http://www.youtube.com/watch?v=yI1hncMWL0U&feature=player_embedded, MVS noticias, 102.5 FM, www.noticiasmvs.com, 10 de Septiembre del 2010.</p> <ul style="list-style-type: none">- Los ministros que integran la sala desecharon este juicio de garantías promovido por <i>Radio Centro</i> en contra de esta resolución que los obliga a pagar más de 21 millones de dólares a la empresa <i>Info Red</i> del empresario y periodista José Elías Gutiérrez Vivó, es un punto importante de un largo litigio que ha significado muchas cosas para un periodista tan relevante como lo es en nuestro país José Elías Gutiérrez Vivó, quién se encuentra en la línea; Te agradezco pepe que me hayas tomado la llamada. Bienvenido, buenos días.- Mary Carmen, antes que nada mucho gusto en saludarte de nuevo y muchas gracias por permitirme un espacio en tu programa y un saludo por supuesto a tu auditorio que finalmente son los que nos permiten estar al aire a los que en algún momento lo hemos estado, así que muchísimas gracias por tu atención.- José, gracias a ti que podemos conversar, no deja de tener una carga importante escucharte en la radio para hablar de este tema judicial, sabiendo el tiempo que estuviste al aire, como sabemos eres una figura de primera importancia en la radio en nuestro país. José, la corte resuelve lo que acabo de mencionar. ¿Qué significa para efectos prácticos y para efectos de una situación que se fue concatenando con otras y que al final de la historia produjo algo indeseable para la diversidad y pluralidad de la radio mexicana que es tu salida del aire; es un elemento que cuenta en esta historia. ¿Qué efectos prácticos y qué alcance tiene lo que la corte ha resuelto?- Bueno Carmen, quizá porque somos personas tanto tu, como yo, como otras personas, muy conscientes del medio que estamos usando, me he hecho una
------------------	--

	<p>propuesta personal desde que recibí tu invitación de hacer el máximo sacrificio de síntesis de un asunto que por supuesto es complejo dar respuesta a tu pregunta en unos cuantos minutos pero lo voy a hacer por respeto a tu auditorio y a tu persona, pero bueno la respuesta es la siguiente: Ha habido desafortunadamente, en cuanto a algún grupo o grupos de personas, y eso ha ocurrido en la vida del mundo deciden por intereses normalmente monetarios y en ocasiones políticos deciden eliminar a alguien, bueno, no solamente hacen todo lo que pueden en grupo para hacerlo sino que también desarrollan lo que conocemos comúnmente como una campaña sorda pero efectiva de desprestigio, porque, esto les permite tener varias pinzas para lograr un objetivo que, por supuesto, su origen se ha demostrado durante muchos años, es absolutamente claro y lo han querido convertir, a base de rumores, a base de gente que ha escrito a favor de ellos, que seguramente han tenido acuerdos, con el fin de hacer que las personas que a veces leemos algo de pasadita o escuchamos algo que dijo Carmen, pero que no tuvimos todo el tiempo o algo que salió en la televisión posiblemente pero no tenemos la verdadera fotografía. Entonces tu pregunta es un reto para mi y si me permites te la contesto,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sí pepe, yo creo que estamos aquí con un montón de cosas, con la resolución de la corte como éste detonador que nos permite llamarte y platicar contigo en este momento de la mañana, pero en efecto, esto que está anunciando la corte es un eslabón de una cadena bastante larga. José Gutiérrez Vivó, sí tuvieras que decir, sí tuvieras que describir efectivamente como lo dices en pocas palabras, ¿qué le sucedió a Gutiérrez Vivó? y ¿por qué hoy este periodista tan relevante está donde estés fuera del aire de la radio mexicana? ¿Qué me contestas? ¿Qué síntesis haces de lo que explica esta parte de tu vida? - Bueno mira, apegándome a lo que te ofrecí hace unos minutos, en lo personal primero, ingreso el 1º de diciembre de 1972 a una empresa que se llamaba Radio Programas de México que pertenecía a una familia fundadora entre otras de la radio, la familia Serna, y pues ingreso con la idea con hacer un programa de radio que era mi sueño, todo comienza con un sueño en la vida, yo provenía de haber vivido en la Gran Bretaña algunos años, trabajando en la BBC de Londres y habiendo estudiado mi carrera en Comunicación, habiendo trabajado durante días pues para pagarme mis gastos. Cuando regreso tenía una idea muy clara de lo que quería hacer, hablo con los señores Serna padre e hijo, Clemente Serna, y después de un año, el año 73, cumplen con lo que me habían aceptado y adquieren una cadena que se llamaba RCN (Radio Cadena Nacional) la adquieren completa para quedarse con todas las estaciones que eran las importantes para ellos y las convirtieron, las rebautizaron con el nombre de Radio Red, primero en AM en 1110 y guardaron la FM 88.1 la dejaron guardada; bueno en ese momento me dicen a ver señor Gutiérrez Vivó usted tiene un año que llegó con esa intención... adelante, entonces inicio en aquel momento éramos dos personas de habla y un colaborador que me ayudaba. Pasaron
--	---

	<p>muchos años y en el año de 1995, la familia Serna me pide vender Radio Red AM y FM, y se la vende al grupo Radio Centro esto lo avisa Clemente Serna Alvear presidente de la empresa precisamente en la madrugada, al amanecer en Singapur en donde estábamos haciendo una transmisión más como acostumbrábamos en diferentes partes del mundo con el objetivo que el público ya conoce. Después de ello rápidamente empezamos a trabajar, y los mismos cuentan que la compra que se había hecho por parte de Grupo Radio Centro, de las redes, era una compra que empezó en 95 y que cuando a mí se me informó de esa adquisición no hubo ninguna advertencia previa de la cual posiblemente no tenía que haber, pero bueno no la hubo y empezamos a trabajar del 95, que se hace esa compra entre esas dos empresas y ya para el 98 estaba tu amigo bastante cansado de las interferencias y las violaciones que estaba cometiendo dicha familia, en contra no mía sino del público, de los trabajadores, mía y que finalmente eso no era ningún camino a ningún lado.</p> <p>Es por ello que en 1998 les informo que me retiro de la radio porque sino hay agua en la pecera, pues los peces no pueden vivir; si no hay libertad pues es difícil que los informadores existamos. Por lo tanto en el años de 1998 informo sobre mi retiro y es cuando grupo Radio Centro ya es propietario desde el 95 de lo que se conoce como Radio Red AM, FM y la estación Alfa y otras dos de la república, en ese momento ellos deciden que iban a hacer un esfuerzo para que yo no me retirara de lo que ellos ya habían comprado desde 1995 y por lo cual ya son los dueños absolutos como es sabido, y posteriormente en el año de 1999 continúan cometiendo violaciones que no tiene caso repasar por el tiempo, así nos pasamos del año 99 al 2000 se pide la intervención del gobierno para ponerle su límite a lo que hacían años, y quien interviene para poner orden es el Secretario de Gobernación de aquellos tiempos, tuvimos muchas pláticas y los señores Aguirre con mucho trabajo aceptaron de parte del Secretario de Gobernación que ellos estaban equivocados, que estaban abusando de nosotros, entonces pues prometieron cumplir, le fallaron al Secretario de Gobernación que fue el testigo que me permití invitar para (inaudible) pues ya que vi que tampoco le hacían caso al Secretario de Gobernación, entonces los señores habían iniciado el arbitraje al que tu te refieres Carmen. El arbitraje rápidamente, tú si gustas (inaudible) como quieras es tu espacio, pero los señores Aguirre cuando en el 98 me solicitaron que me saliera de la radio y que me quedara con ellos, en ese momento ellos fijaron claramente que si teníamos un conflicto se iba a dividir a través de la figura del arbitraje que administra la Corte Intencional de Comercio que es de Naciones Unidas y que tiene su sede en la ciudad de París, así como las Naciones Unidas, como tú sabes, tiene sedes en Viena, en París, roma, Madrid y en muchos países del mundo, pero finalmente es una institución creada por Naciones Unidas después de la Segunda Guerra Mundial con el fin de poder pagar a tantos países, a tantas familias la destrucción causada por los japoneses, loa alemanes y también los italianos; ahí es donde nace el concepto, nosotros nos apegamos a lo acordado, y primero ganamos, Carmen, el arbitraje internacional que duró dos años del 2002 al 2004, se</p>
--	--

	<p>llevó a cabo el arbitraje en la ciudad de México como dice la ley Arbitral, se escogieron tres árbitros, tres abogados muy conocidos en México y que tienen rango internacional como jueces en esa cámara es como un notario, entonces no puedes pasar de abogado simple a notario sino tienes un proceso como tu lo sabes. Bueno pues es lo mismo con los árbitros, acabado este asunto en el año 2004 en el mes de marzo de 2004, se me informa que habíamos ganado en contra de Radio Centro y los señores inmediatamente deciden y lo exponen en su página de Internet como empresa pública, los señores deciden anunciar, y también lo hicieron por vía telefónica conmigo al aire, que sí que habían perdido el juicio de dos años, pero que harían todo lo posible por no pagar nada. Entonces, creo que para ti y para el público era muy claro que la actitud era: no me importa si la ley me sanciona, me castigan porque me mostraron pruebas contundentes, estudios y todo lo que implica para quienes saben de arbitraje el que perdí simplemente no pago porque no quiero pagar. Eso hizo Carmen, que nosotros lógicamente nos vimos en la necesidad de encontrar alternativas, porque junto con eso los señores nos corrieron y nos corrieron de una forma que en radio, que tu y el público han de saber que es bastante fácil, en otros negocios tienes que llamar a la persona y discutir, o mandar a que despidan de manera justa o quizás de manera injusta, aquí nada más bajas una pequeña palanquita de color negro que esta en una consola, que maneja un colega operador y en ese momento ya no existe. Pues precisamente en el año 2004 en el mes de marzo, esto se dio a conocer, la victoria legal en el último día de enero, pasó febrero y el 3 de marzo los señores a la una de la tarde con un minuto cortan la transmisión de Monitor, que estaba contractualmente porque somos trabajadores de Radio Centro porque fuimos vendidos así como empresa en 1995 a ellos, y nuestra dependencia económica y hablo de cientos de personas, bueno pues nos sacaron del aire y nunca más volvieron a pagarnos, incluso quedó dinero de ese mes y del anterior sin pagar por parte de esas personas y a parte ya habían cometido cosas como reducirnos el sueldo el 25% unilateralmente con la condición de que querían exactamente el mismo servicio que dábamos pero con menos 25 % ¿por qué? Porque sí. Pasaron algunas semanas nadie metió las manos y fue cuando se acercó a nosotros un señor que tú conoces y el público seguramente Joaquín Vargas Guajardo el presidente de la empresa de la cual estamos transmitiendo MVS, entonces me dijo que le interesaba que hiciéramos lo que hacíamos en la emisora 102.5 y en la cadena de MVS y posiblemente en el canal 52 que es alguno de sus canales de ellos. Y bueno pues en dos, tres semanas estábamos al aire, recuperábamos el público y seguimos trabajando. Para los días previos a la toma de posesión, del licenciado Calderón, recibo una llamada de un señor de nombre Maximiliano Cortazar, al cual no tenía el gusto de conocer, y me informa que yo estaba castigado durante la administración del próximo presidente Calderón, y pues iban a observar como me comportaba, si me comportaba bien, estoy siendo textual Carmen, entonces el presidente hablaría conmigo, no sé de qué, pero hablaría conmigo, pero por lo pronto estaba castigado, todo esto se hizo público en los diarios mexicanos en la radio, en revistas e incluso hay un libro,</p>
--	--

etcétera, etcétera. Ante este hecho, para mí insólito, resulta que pasan algunos días y el Licenciado Calderón, con el cual en lo personal yo siempre he mantenido mi distancia con los servidores públicos, con toda intención porque se puede prestar a muchas cosas que luego ya no son periodismo, entonces eso no quiere decir que no tengas cortesía, que no te comportes adecuadamente y que no seas amistoso en el buen sentido con las personas, entonces, al Licenciado Calderón lo he tratado durante muchos años en circunstancias donde nunca me imaginé que llegaría a ser presidente de México, él siempre fue un participante que nunca dijo que no para estar en *Monitor*, nos tocó viajar juntos en algunas ocasiones y bueno como dos personas estar sentados comiendo, platicando, estudiando lo mismo, etcétera, etcétera. El hecho es que un día me informan por parte del presidente Fox, todavía presidente, que había cinco jóvenes, a los cuales yo no tenía el gusto de conocer, los cuales no me querían y yo le dije al emisario del señor Fox presidente, que si no me querían, pues que ese era un problema de ellos y a parte yo no estaba enamorado de ellos, que no me sentía mal que no me quisieran; y me dijo, bueno no te quieren y yo quisiera que los conocieras haber si conociéndote se puede hacer que las cosas no sean tan difíciles. Ya para ese momento había recibido la consigna de uno de los cinco, del señor Cortázar y entonces, finalmente viene el momento en que cuando se inicia el gobierno del señor Calderón, el cual estuvo en dos ocasiones en nuestras oficinas de la prensa; una porque él fue a cerrar su campaña por su decisión en radio, en *Monitor* y él mismo me expresó, tengo testigos, que estaba ahí en el estudio a pesar de que sus asesores le decían que no se presentara en *Monitor*, cuando él había ido no te puedo decir cuantas veces a lo largo de años y dijo, “pero estoy aquí, porque yo los conozco y entonces decidí venir solo” y fue solo y estuvo en el programa en el día último de campaña de acuerdo a la ley. Posteriormente él mismo se tomó la molestia de una mañana ir a visitarme a la oficina, se tomó la molestia de leer el arbitraje como abogado que es, de concluir que el arbitraje era absolutamente correcto y que eso tenía que ser pagado a pesar de la negativa de *Radio Centro*.

- **Felipe Calderón, ¿leyó personalmente ese arbitraje?**
- Sí, por supuesto y para ser más específico, se sentó en una mesa, que yo no se si este o no este todavía en ese edificio, se quitó el saco, le pidió a una persona que trabajaba conmigo en la oficina que si le bajaba un ponche, si me permites, de papel blanco, pidió un lápiz y estuvo cerca de 20 minutos leyendo hoja por hoja todo el arbitraje. Él iba acompañado ese día por Josefina Vázquez Mota y mientras yo platicaba con ella y él estaba leyendo y haciendo anotaciones, finalmente voltea y me dice: “quiero decirte que este documento está muy claro y sí llego a la presidencia haré todo lo posible para que se cumpla con la ley y los señores no sigan negándose a cumplir con la misma y él sí lo llega a escuchar el sabe que es verdad y la señora Vázquez Mota sabe que es verdad lo que ocurrió en mi oficina; así que bueno, de alguna manera, esto mueve demuestra que...

	<ul style="list-style-type: none"> - Sí llega a la presidencia... déjame enfatizar esta parte José Gutiérrez Vivó, te dijo en tu oficina, después de haber revisado el arbitraje: “Sí llego a la presidencia, me haré cargo de que se cumpla este arbitraje internacional”, que tiene varios ángulos, pero uno fundamental era que te tendrían que pagar una cifra importante de millones de dólares... - Así es, y no sólo eso amigos de Carmen y a ti, sino que después de eso en otra ocasión que fue al programa el Licenciado Calderón, porque ésto fue en la parte de las oficinas, frente al micrófono de la emisora de donde estas tu y yo en éste momento transmitiendo y frente al <i>Canal 52</i> que estamos también utilizando para estar al aire en televisión, el licenciado Calderón, todo esto está grabado en audio y video en mis archivos, él dijo sin haberle hecho pregunta, por que me parecía a mi de mal gusto teniéndolo ahí decirle: “oiga, haga algo por favor”, entonces él sólo dijo: “le quiero decir señor, que he leído el arbitraje y que <i>Grupo Radio Centro</i> le tiene que pagar a todos ustedes éste cantidad a la cual fue condenado y yo haré lo posible para que cuando yo llegue a la presidencia... - ¿21 millones de dólares? - Mira la cantidad que le sancionó la Corte cerrando cifras fue de 21 millones de dólares en el año que te menciono, 2004, pero el texto dice que cada año que no pagues tienen un 6% de sanción anual, y eso lo ponen como una cláusula normal no porque esperaran que no pagaban, si se hace la multiplicación, que la puede hacer un niño de primaria, pues estás hablando en términos generales de poco más de 30 millones de dólares - Entonces sería esa la cifra actualizada - Bueno la cifra real está por encima de los 30 millones de dólares - Bueno más allá de la aritmética, claro, es una cifra importante, pero dime ¿Qué significado y alcance tiene esta resolución judicial? Ya que ha resuelto por unanimidad negar este recurso de amparo que solicitó <i>Radio Centro</i> en contra de esta sentencia dictada por un Juez de Distrito, que ordenó cumplir con el adeudo de la Corte Nacional de Arbitraje de la que has hablado, pepe, en ese punto ¿Qué sucede con esta resolución judicial? ¿Qué impacto tiene para <i>Infored</i>, para <i>Gutiérrez Vivó</i>, para la eventual reconstitución de un grupo periodístico como al que has encabezado? - Bueno Carmen yo entiendo perfectamente que no todos tenemos la obligación de ser expertos en ingeniería civil o en medicina o en derecho y pues muchas veces lo que leemos o escuchamos, pues son pequeños tramos de una información que te dejan una idea vaga a veces no precisa y por eso te agradezco el tiempo de tu auditorio y el tuyo, que se presta para que nos
--	---

	<p>quedemos con una información que realmente no nos está diciendo lo que es; lo que sucedió esta semana en la primera sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, quiero decirte que es para efectos prácticos la tercera ocasión en que el asunto se dirime en la Suprema Corte de Justicia...</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿O sea pepe, estamos frente a la tercera ocasión que se reitera que tienen que pagarte? - O sea, hay más pero respecto a tu pregunta es la tercera vez - Es o no relevante lo que ha sucedido - Bueno lo que sucede es que hay principios legales que todos conocemos que nadie ni nada puede ser juzgado dos veces o más por lo mismo, el mismo hecho, entonces tu recordarás una invitación que me hiciste a <i>CNN en Español</i> en la noche en un programa al cual asistí acompañado de uno de nuestros abogados... - ¿El abogado Javier Quijano? - Sí y claramente, en esa entrevista en televisión, se dijo que los señores Aguirre habían perdido y ya estaban litigando en territorio mexicano, lo cual es ilegal y va contra la ley correspondiente que formó parte del tratado de libre comercio y que finalmente se había logrado algo similar con sus diferencias técnicas a lo que me estas preguntando y en aquella ocasión claramente el abogado Quijano te dijo a ti que el asunto que estaba resuelto, terminado y que se procedía en contra de ellos para cobrarles el dinero y todos los intereses acumulados y todo esto aquí en mi mano tengo la página completa donde aparece todo el texto, aparecen las fotografías de estudio contigo, con Javier Quijano, con su servidor, y estamos hablando de un diario fechado el viernes 13 de junio del año 2008, así que ¿qué significa? - Significa que para efectos trágicos que ¿todo sigue igual José? - Mira no sigue igual, pero si sigue igual ¿por qué? Porque cuando nosotros lo llevamos a la Suprema Corte, que por cierto hizo un excepción porque el nivel de asuntos que la Corte trata pues son de una magnitud nacional y grande estratégica del país, ellos no dirimen asuntos normalmente entre empresas, pero los señores ministros, en un acto que les reconozco, decidieron que era un asunto no de dos empresas, era un asunto de la libertad de expresión a la que tenemos derecho todos, segundo porque era la desaparición de un medio que yo no voy a calificar, pero que ellos pensaban que esto no podía pasar en un México que se quiere democratizar y que en parte se habían usado todas las artimañas posibles para tratar de hacer lo que finalmente hicieron. Entonces lo que sucedió esta semana fue promovido por el abogado Javier Quijano Baz y se tomaron muchos meses Carmen, los procesos para llegar a esa votación, entonces si tú te apegas al
--	---

	<p>concepto, a la idea pues claramente dice: envíese al juez 63 de lo civil, el cual cometió varios delitos de los cuales yo lo demandé y sigue demandado, y por supuesto detrás de todo esto hay una investigación en detalle, pero no le han hecho nada al señor juez, esta protegido como me dijo un día un miembro de la corte: entre jueces no nos juzgamos, entonces ¿qué sigue? Bueno si esa es la de verdad, lo que sigue es que ante un voto unánime, que no es sencillo que sea unánime, los señores tengan que recibir, seguramente ya lo saben pero han guardado silencio, los señores tiene que recibir en algunas semanas la indicación del juez 63 el cual está bajo lupa, tanto personal como de los abogados, como de varias autoridades y tiene el señor que cumplir con lo que dice la ley del arbitraje que fue aprobado por el Senado mexicano en los tiempos del ex presidente Salinas de Gortari, y entonces los señores Aguirre deben de recibir en algunas semanas una indicación, una sentencia en la cual se les dice que tienen que pagar la cantidad ya mencionada y que si no lo hacen se les embarga su empresa. Ahora ¿qué va a pasar? Pues mira los señores han hecho ya tantas travesuras porque aparte, y lo digo tal cual porque así hablo, los señores hacen tantas travesuras porque han vivido en un mundo de travesuras el cual es perfectamente demostrable públicamente, pero que le hagan travesuras a otros, pues que se las hagan ni modo. Pero esto le costó trabajo Carmen, a cerca de mil doscientas personas, o sea no pienses en mi, mil doscientas personas que nos quedamos sin trabajo y que costó perder pequeños departamentos, perder autos pequeños, estamos hablando de los trabajadores, perder ingresos...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Déjame interrumpir un segundo José y estoy entrando en la parte final, y que bueno que tocas ese tema para ir cerrando esta entrevista. Los trabajadores, tu dijiste hace rato que no sabes que ha pasado con tus oficinas o con las oficinas de la presa, donde está instalado Info Red, yo que vivo por ahí, paso y que hay unas mantas y hay un abandono al final de cuentas muy triste, lamentable por lo que significa ese lugar que tuvo la fuerza y la potencia que todos sabemos en la radio mexicana en medio de esta circunstancia pues ha estado en esa situación que ha estado ahí en el paso de la calle, reclamamos a ti, gente que te dice que prácticamente tú abandonaste a los trabajadores porque al final eres periodista pero empresario, y aquí hay una carga que es momento Pepe que tu pudieras clarificar. ¿Qué le dices a los trabajadores de Info Red, que estuvieron contigo años, a los que hoy dicen bueno y dónde está Gutiérrez Vivó, dónde está la persona que lideró este equipo de trabajo y finalmente los que se quedaron sin chamba, los que no pudieron recibir las pagas necesarias por sus liquidaciones?, todo lo que significa esto que tú estás mencionando. En tu parte ¿qué dices José? - Como se dice técnicamente, quien compró el grupo Red fue el grupo Radio Centro en 95. Punto dos, ellos son los dueños de Grupo Red donde se hacía y transmitía Monitor y otros servicios informativos que hacíamos, por lo
--	---

	<p>tanto Grupo Radio Centro es el patrón laboralmente hablando, y el patrón nos pagaba a todos nosotros, los cientos de personas que adquirió con la empresa de la cual tengo todos los documentos firmados por ellos y la empresa de Radio Centro simplemente nos negó el pago, nos negó el pago de infinidad de abastecedores impuestos al gobierno federal, local, etcétera. O sea dejó de pagar todo.</p>
--	---