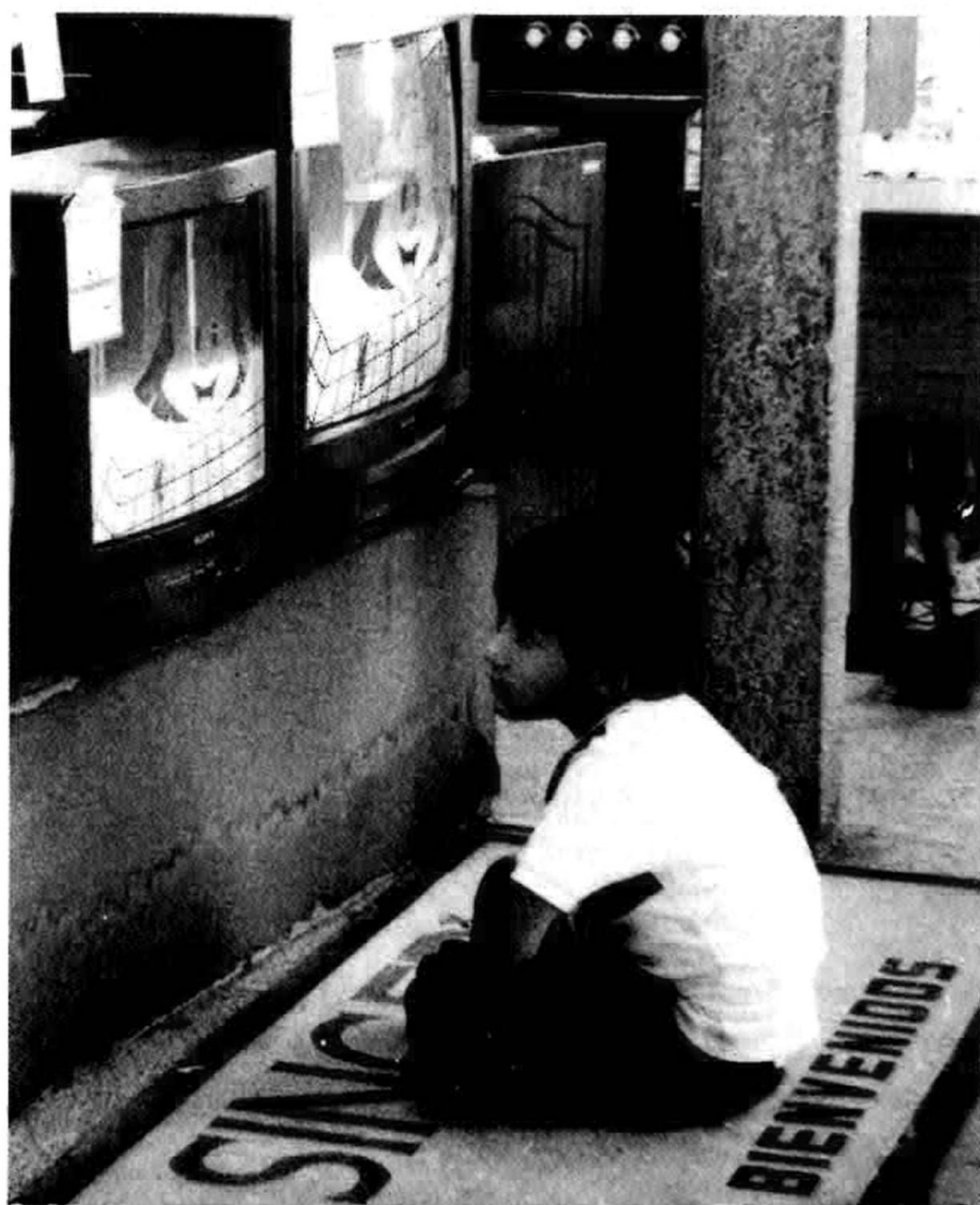


colección
**PERIODISMO
CULTURAL**

Entre mass media te veas

ANA MARÍA GONZÁLEZ





PRÓLOGO



Prensa, radio, televisión, cine, video, satélites, cable, computadoras forman parte ineludible de nuestra atmósfera cotidiana. La vida casi no puede concebirse como real si no es retratada o se le narra para que pase por el filtro de cualquiera de los medios de difusión masiva. Recreados, inventados, distorsionados pero circulando a la velocidad de la luz, los hechos sucedidos en el mundo y sacados de éste, vuelven a la sociedad para moldearla, modificar su perfil, influir en el devenir y en el pensamiento.

La innegable expansión nos deja frente a un panorama lleno de antenas, líneas conductoras, parabólicas y toneladas de papel. Una capacidad instalada para transmitir en mucho superior a las posibilidades humanas de elaborar, con calidad, productos diversos capaces de reflejar los distintos acontecimientos, culturas, formas, ideas. Para cumplir con el requerimiento de millones de horas al aire, caracteres impresos, impulsos eléctricos, los medios se han vuelto fabricantes de múltiples versiones de la misma historia, noticia, espectáculo. Repetido sin cesar, el patrón se vuelve punto de referencia, asidero en la duda, fuente a la cual recurrir. Con este recurso ¿cuántas mentiras repetidas mil veces y amplificadas mil veces se habrán vuelto verdades?

Los medios son negocios y siguen la lógica de la máxima ganancia. Para hacerlo, pese a sus potencialidades, han decidido



abstenerse de reflexionar sobre su propio quehacer. Se ocupan de todo, salvo de sí mismos. La autocrítica, referirse a las actividades del colega, dar a conocer las cifras, los entretelones, el desarrollo de la industria, pasar revista o analizar el trabajo de los elementos que integran la producción, la circulación, la venta y el consumo no forman parte de su agenda. Incluir los temas anteriores es excepcional y se ha hecho preferentemente en el medio impreso. Los periódicos parecen más libres para hablar de ellos, de sus homólogos y del mundo de la comunicación.

Por su tamaño e importancia social los medios generan tanta información como la que difunden. Recogerla y darla a conocer sistemáticamente es una labor que apenas se inicia en México. La trascendencia de dicha tarea es equivalente al poder de los medios masivos para construir una imagen de lo real adecuada a los intereses monopólicos. El público, atiborrado de datos inconexos entre sí, de ficciones sin hondura, de chistes portadores de todas las discriminaciones, se encuentra indefenso sin tener a la mano los antídotos, éstos son la crítica y el develamiento de lo oculto tras bambalinas. Con la mediación razonada de las posiciones y los conocimientos puede aceptarse o rechazarse el contenido de las emisiones. Hacerlo a ciegas, llevado por el impulso, hace del auditorio un grupo amorfo, manejable, sin decisión verdaderamente propia.

Las notas de Ana María González recopiladas en este libro, fruto de una tarea periodística llevada a cabo con paciencia y perseverancia, son un ejemplo de la riqueza de una veta poco explorada hasta hoy. Los descubrimientos que nos brinda sirven para ir armando una pieza de mil cabezas, a veces resbalosa como anguila, otras llena de espinas. Nos ayuda a pensar en la complejidad de una industria cuya labor diaria no es transparente. También en la dificultad de penetrar en un tema que no ha sido interés primordial de los editores ni de los directores de



medios, pues a la mayoría de los empresarios de la información conviene que el silencio siga siendo la norma.

Florence Toussaint

“Desde el poder político y económico, donde se apuntala y sustenta una de las infraestructuras comunicativas más monopolizadas e inequitativas del mundo, se mira con profundo desprecio a aquellos que sistemáticamente los critican”

Raúl Navarro Benítez

Para nadie es un secreto que en esta puerta de salida del siglo en el que nos tocó vivir, los medios de comunicación han sido, son y seguirán siendo protagonistas principales en prácticamente todos los procesos sociales de hoy; y no obstante esa presencia fundamental, tal parece que de ella son muy pocos los que tienen plena conciencia, y aún menos los que se ocupan del tema desde la perspectiva informativa.

Usted mismo, en este preciso instante, mientras lee estas líneas, pregúntese ¿cuántos de los hechos que le ha tocado presenciar, no importa dónde, ni cómo, han sido motivo fundamental para los grandes medios de comunicación, destacadamente la radio y la televisión?

¡Todos! Prácticamente todos y en todos los terrenos de la vida: en la política, en la economía, en las relaciones sociales, en la cultura, en la naturaleza, en todo.

Y no obstante esa innegable presencia e importancia de los medios de comunicación en la vida universal, muy poco y a



veces nada se habla de ellos más allá de la frivolidad del espectáculo y la moda.

Ese es justamente el valor informativo de lo que aquí nos presenta Ana María González. Ella como reportera de uno de los principales diarios de circulación nacional, ha sabido captar y reflejar fielmente las circunstancias que giran en torno al tema de los grandes medios de comunicación, en momentos determinantes para México.

Son muchos los temas, los hechos, los asuntos en torno a los medios, de los cuales aquí se da testimonio. Sin duda que éstos son ya parte importante de la historia reciente de México y, precisamente por esto, quienes desde las aulas universitarias y en el ejercicio profesional de la comunicación nos dedicamos a indagar en torno a los medios, no podemos menos que congratularnos por este esfuerzo editorial de Ana María González, y de todos aquellos que tuvieron que ver con la obra, no sólo porque ésta nos brinda la oportunidad de repasar esos asuntos, sino porque este libro viene a contribuir en la difícil tarea de abrir brecha en las páginas del diarismo nacional, en torno a este importantísimo renglón de los medios de comunicación, especialmente radio y televisión, algo que inexplicablemente ha ido en descenso en los tiempos recientes.

Enrique Velasco



MEDIOS UNIVERSITARIOS



Reportaje. Radio Universidad

(septiembre de 1988)

Con datos y cifras. ¿Qué significa la XEUN Radio Universidad (RU) dentro del universo hertziano y cómo cumple su papel como emisora cultural?

—El público de la radiodifusora es en su mayoría universitario, pero “no tenemos cifras que indiquen el raiting”, aseguran representantes de la emisora.

—Los radioescuchas que sintonizan RU, dentro de su hogar, representan un raiting de 0.86 en AM y 0.10 en FM; son personas mayores de 13 años y de niveles socioeconómicos A/B y C. Entre los automovilistas el raiting es de 0.11 en FM, en su mayoría de menos de 20 y más de 40 años. Eso muestran los datos de la Internacional Research Associates S.A. de C.V., en sus tablas globales de Medioméetro-Radio Rating de Personas y Coincidental de Automóviles, correspondientes al mes de agosto del presente año.

El 14 de junio pasado, Radio UNAM festejó su 51 aniversario con el inicio de un proyecto ideado a lo largo de varios años: separar la programación de sus frecuencias AM y FM y utilizar, cada una de ellas, para fines y públicos distintos. El hecho, por sí mismo, descubrirá para los críticos de la emisora las posibilidades de ésta como medio de comunicación de la máxima casa de estudios.



En 1980, el ex director de RU, Fernando Curiel, hablaba de hacer funcionar tres estaciones a partir de las frecuencias de la radio cultural: "una AM (Amplitud Modulada) básicamente educativa, informativa, analítica, teatral; una FME (Frecuencia Modulada Estereofónica); básicamente musical, experimental, metropolitana; una OC (onda corta) cuyo contenido programático básico sea la cultura nacional".

¿Qué tan apegada a los propósitos de su ex director se encuentra actualmente la emisora?

Basados en la hoja programática del mes de mayo, tenemos:

—De un total de 126 horas de transmisión semanal, en tres frecuencias, RU registró un promedio de 82 horas correspondientes a 59 programas, casi 85 por ciento de su capacidad hertziana. El 35 por ciento de tiempo restante, por cada siete días de emisión, es un espacio vacío en la gráfica, es decir, sin señalamiento de programación específica.

A partir de la separación de programaciones por frecuencias, en XEUN-FM encontramos:

—Cinco horas de programación exclusivamente musical, de 16 a 21 horas, mientras el resto del día continúa el enlace de frecuencias con la misma programación.

Por su forma, contenido o precedencia, la programación de RU contempla:

—En programas informativos (noticiarios) el 5.9 por ciento; musicales, casi el 40; en torno al arte, 1.7; con temas literarios, 0.51; de servicio, 1.5; cursos, cuatro por ciento; temas varios (política, economía, problemas urbanos), 5.8; y otros, con mínima frecuencia de emisiones, poco más de 2 por ciento. Estas cifras nos suman poco más del 61 por ciento, el resto será de los programas no contemplados en el esquema, y por tanto, sin posibilidad de caracterización por rubro.



De lunes a viernes, el público de la emisora universitaria escucha, a lo largo del día, tres ediciones de noticiarios con media hora de duración, ocupando un tiempo semanal de siete horas con 30 minutos.

Las emisiones musicales programadas en la hoja semanal, 23 en total, ocupan un espacio de más de 50 horas, casi 40 por ciento de transmisiones. De este porcentaje, 77 por ciento corresponde a conciertos, óperas y música continua, mientras el 23 por ciento restante lo ocupan programas musicales con comentarios y análisis.

Con relación a las manifestaciones individuales y colectivas, sobre la que según la directora actual, Beatriz Barros Horcasitas, RU "ha escrito las mejores páginas en la inteligencia de la creación artística y científica", la programación destaca cinco programas, cuatro grabados previamente y uno con transmisión en vivo, dedicados a comentarios, entrevistas y análisis en torno al arte. El tiempo semanal de estos espacios es de dos horas con 11 minutos.

En su añoranza de la radio que dirigiera durante sus inicios (de 1937 a 1938), Alejandro Gómez Arias recordó a *Gaceta UNAM*, que en el 50 aniversario de la emisora, en rubro de servicios, RU presenta tres emisiones informativas sobre programación cinematográfica y convocatorias, entre otras actividades, ofrecidas dentro de la institución. Este servicio ocupa dos horas semanales, mientras que a los programas de cursos y asesoría fiscal se les asigna más de cinco en el mismo lapso.

Comentarios sobre política, medios de comunicación, economía, problemas urbanos y situación internacional, entre otros, son tema de 12 programas, cuatro de ellos con transmisión en vivo, con más de siete horas de duración conjunta a la semana.

En 1937, RU contaba con un "amplio repertorio de radiocomedias originales, numerosas y bien seleccionadas adaptaciones"



al grado de tener un repertorio amplio del género, realizado durante los años 60 y 70. Actualmente RU dedica un programa semanal de 30 minutos a la emisión de Radioteatro, con "grabaciones realizadas especialmente para la radio".

El programa extrauniversitario La Hora Nacional, emitido en cadena nacional, es transmitido por RU desde principios de década, lo que le ocupa 60 minutos de su espacio radiofónico. Por otra parte, los controles remoto se han visto reducidos al concierto que se trasmite desde la Sala de Conciertos Nezahualcóyotl, en un espacio de dos horas a la semana.

Los objetivos radiofónicos iniciales, según textos que nos remiten a aquella época (1937) son "la propagación de la cultura, extensión de la docencia, información, promoción y análisis" y, a últimas fechas, el uso de "nuevas formas radiofónicas acordes a los objetivos de la emisora".

De acuerdo a estos datos y cifras ¿cumple Radio UNAM con esos cometidos?

¿Qué opinan los conocedores de la emisora?

Con una trayectoria radiofónica de más de medio siglo (celebrado el 14 de junio pasado), Radio UNAM vive hoy de sus glorias pasadas.

Abandonada a su suerte, la emisora cultural se ha convertido en un cuerpo al que todo le duele: la imposición de cabezas que poco se interesan o nada saben sobre el medio; la falta de un proyecto definido; el creciente aparato burocrático; la nula producción y creatividad; el anquilosamiento de su programación; la incapacidad para el uso de recursos técnicos y humanos propios; la intolerancia para recepción de propuestas y, en suma, el abandono de las autoridades hacia su proyecto original de radio cultural gestado en 1937.

Este es el balance en el que coinciden, en entrevista por separado, trabajadores del medio que han tenido contacto directo



con la emisora y cuya renuncia, de algunos de ellos, ha tenido mucho que ver con este diagnóstico.

Conocedor de Radio UNAM desde sus inicios, e integrante del equipo de trabajo desde 1955, Juan Rodríguez Yerena dispone de todo su tiempo para hacernos un análisis de la situación, pues su cargo se lo permite. Asignado en un principio como jefe de producción, y más tarde destinado a un puesto "sin funciones específicas", Rodríguez Yerena se encuentra "congelado" y por tanto sin incidencia alguna dentro del departamento del que forma parte: "me torné burócrata a la fuerza; cobro sin trabajar".

Su experiencia como locutor lo lleva a considerar que debido a la falta de estímulos en lo profesional, y en lo económico, RU ha visto desmantelada su planta de locutores. "El estilo por el que nos enorgullecíamos se ha perdido porque no hay proyectos, no hay capacitación, no se rescata el estímulo profesional y el económico es insuficiente".

Por otra parte, dice Yerena, el esquema de programación de RU no ha variado, "es el mismo que conocí en 1955; cambian sólo los colaboradores, pero el esquema es el mismo".

Entre otros problemas que su experiencia le deja ver, están la falta de datos y estudios sobre el radioescucha, a fin de armar una programación nueva y atrayente para éste y otro tipo de público; la necesidad de llenar el vacío informativo de los noticiarios, pues la información debe generarse en la radio "y aquí estamos al revés, la información llega filtrada y carece de autenticidad".

Pero el problema más grave, según el legendario conocedor del medio, es que quienes llegan a dirigir "han venido a aprender a hacer radio". La dirección debe olvidarse del discurso oficial, estar dispuesta a retomar las propuestas de quienes todavía se preocupan por sacar adelante la emisora cultural. Y, sobre todo,



debe ser un "director historiador", pues "RU perdió la memoria cuando a cierta administración se le ocurrió borrar cintas, ante la falta de material disponible y sin miramientos en la importancia o trascendencia de las grabaciones".

Para Rodríguez Yerena, luego de las administraciones de Pedro Rojas (1954-60) y Max Aub (1960-66) "quienes hicieron un verdadero trabajo constructivo y de consolidación", en adelante sólo se ha trabajado con la herencia, "no se ha hecho nada nuevo".

A principios de los 70, Juan Carlos Tejeda ingresó a RU como técnico de cabina y después de grabación, para luego desempeñarse como subjefe y jefe del departamento de producción, hasta 1984.

En la misma línea de trabajo, fue subdirector de XEB Radio México, hasta finales del año pasado y, en seguida, subgerente de la Radiodifusora XHUAR-FM, en Ciudad Juárez, Chihuahua.

Hace una década, cuenta Juan Carlos Tejeda, todavía se podía hablar de producción, creatividad y labor de equipo; "era el momento en que RU marcaba una escuela". La producción en aquel entonces era de ocho a 10 programas diarios, lo que con el tiempo decreció hasta producir de cuatro a seis programas a la semana.

Bajo la dirección actual, dice Juan Carlos Tejeda, la programación de RU está formada por retransmisiones; existe descontento entre los trabajadores porque a pesar de haber equipo humano y técnico suficiente, la dirección es incapaz de hacer radio porque no lo conoce. "En estas circunstancias, el material humano y técnico está prácticamente muerto".

Xorge Chargoy se vio vinculado a RU desde su niñez, primero como radioescucha y más tarde como locutor de la emisora.

Posteriormente sería jefe de producción hasta mediados de 1987. Y llegó la decepción.



Su contacto con una emisora que "vive de sus glorias pasadas" lo hizo reconocer los principales problemas que la afectan: la falta de un proyecto, el surgimiento de un sistema burocrático; el trato despótico y lejano a su condición de profesionales, por parte de la dirección; la falta de conocimientos o "siquiera buenas intenciones para hacer radio", otorgamiento de espacios sin previo estudio sobre el contenido de los programas; falta de creatividad en la producción; opresión a la creatividad y premio al servilismo; falta de planeación en la programación; la persistencia de programas que se transmiten de 20 años atrás a la fecha.

En suma, dice Chargoy, "están los recursos, pero no hay voluntad política".

Por su parte, Rodolfo Sánchez Alvarado, conocedor de RU por su trabajo como técnico de la emisora durante 31 años, cumplidos con su salida el año pasado, coincide en términos generales en la determinación de los problemas que aquejan a la radio universitaria.

Su énfasis es en el sentido de falta de voluntad por parte de las autoridades para sacar adelante el proyecto original de RU. Considera que "si durante la época de oro de RU se hacían las cosas prácticamente con las uñas, ahora que se tienen más elementos, aunque no los ideales, puede hacerse una radio respetable". Sólo hace falta, "una dirección con ideas progresistas que coordine a un equipo capaz de trabajar sobre un objetivo específico".

En estas circunstancias, concluye Juan Rodríguez Yerena, en vista de que "RU es un semillero de intelectuales que puede aportar mucho para difundir la cultura mexicana y universal, a los trabajadores sólo les queda seguir respondiendo mientras no llegue el director que han estado esperando durante muchos años: que sepa aprovechar la capacidad de los trabajadores y, sobre todo, que sepa hacer radio".



*Entrevista con Alberto Dallal.
Nuevo director*

(enero de 1989)

A 52 años de la apertura del primero y único espacio hertziano de la UNAM, los tiempos han cambiado. Si en etapas muy precisas la institución ha tenido un modelo de radiodifusión cultural, con base en el proyecto que la hizo surgir, actualmente no hay otra alternativa: Radio Universidad (RU) debe ubicarse en el momento histórico que le corresponde, tanto técnica como profesional, conceptual y prácticamente.

Así resume el nuevo director de la emisora, Alberto Dallal, la base de su proyecto de trabajo, teniendo como antecedente inmediato un despliegado (5 de diciembre de 1988) en el que un grupo de trabajadores del medio (apoyados por intelectuales, artistas y profesionistas diversos, incluido el mismo Dallal), exigían "de las autoridades competentes, una respuesta consecuente y positiva" a una serie de propuestas para "rescatar a Radio UNAM del deterioro" en el que se encuentra.

Vinculado al medio cultural a través de colaboraciones en suplementos y revistas mexicanas y extranjeras, así como en funciones circunscritas al área, en la misma UNAM y en otras instituciones y medios de comunicación impresos y audiovisuales, Alberto Dallal afirma: "yo no le llamaría 'rescatar', más bien hacerla volver al auge. Radio UNAM ha sido un modelo y debe seguirlo siendo a partir de las nuevas circunstancias históricas. Aunque yo hablaría más bien de actualizar; tal vez el sector oficial se referiría a modernizar".

De los antecedentes que han hecho de Radio Universidad una entidad paradigmática, el también ex colaborador de la emi-



sora subraya el surgimiento de la estación (1937) en un momento en que la radio comercial no había iniciado su gran desarrollo, hecho que ocurre al finalizar la Segunda Guerra Mundial, "lo que quiere decir que Radio UNAM no sólo es paradigmática, sino también precursora".

Al finalizar los años 50 e iniciar los 60, dice el autor de libros como *El dancing mexicano*, Radio Universidad hace un aporte valioso a la difusión cultural al producir *Voz viva de México*, primer disco cultural en todo el país.

Otro de los grandes momentos, dice el que sustituye en el cargo a Beatriz Barros Horcasitas, se estableció con la producción de programas como los que hacían Carlos Monsiváis y Nancy Cárdenas (*El cine y la crítica o Nuevo teatro*), ayudados por técnicos y realizadores de experiencia, con nuevos enfoques e ideas de producción.

A tal grado fue el aporte de esta emisora, dice Alberto Dallal, "que varias personalidades como Óscar Chávez, Claudio Obregón, Carlos Monsiváis, Víctor Flores Olea o el filósofo Ricardo Guerra, por mencionar a algunos, no serían los mismos grandes personajes, de no haber sido por su incursión o relación con Radio UNAM".

En torno al papel que una radiodifusora como la que ahora dirige, debe cumplir, Alberto Dallal estima que "en la época actual, una emisora cultural no puede hacer caso omiso del periodismo. Debe informar, porque un aspecto fundamental de la cultura es la información". En términos generales considera, como ya lo dijo en su discurso de toma de posesión, que "Radio Universidad debe ser una combinación difícil: un periódico, un centro de investigación y un órgano de divulgación cultural".

Para el logro de esos objetivos, dice, Radio UNAM debe seleccionar, dentro de todas las entidades universitarias, las que puedan apoyar esos propósitos, como podría ser la apertura del



canal de televisión universitaria que se ha venido proponiendo desde hace varios años.

Para cumplir su proyecto de trabajo, la nueva directiva de Radio UNAM encuentra como problema medular "la falta de claridad en las actividades que cada quien desempeña". Esto tiene que ver con la profesionalización, dice Alberto Dallal, es decir: "la capacidad que se adquiere para desempeñar acertadamente, con pleno conocimiento de causa, determinado trabajo". Esta diversidad de funciones plantea problemas de evaluación, tanto de tipo profesional como de eficiencia técnica, por lo que la tarea inmediata será determinar las actividades, de acuerdo a la preparación y aptitudes.

En el ámbito tecnológico, el primer objetivo será evaluar, investigar y proponer la transformación de la infraestructura electrónica, pues, como ya es del conocimiento público (por las denuncias que los mismos trabajadores han planteado en su momento) "Radio Universidad tiene una maquinaria muy vieja, por lo que se trabaja con grandes dificultades".

En este proceso de actualización técnica, que incluye el objetivo concreto de hacer uso de los satélites de comunicación ("con un proyecto que habrá de estudiarse"), Alberto Dallal considera tener el apoyo del rector José Sarukhán, aunque aún no se designa el presupuesto con el que habrá de trabajar la nueva administración de la radio.



Congreso Universitario. Radio UNAM

(marzo 1990)

Pese a las deficiencias económicas y materiales, que en su momento se han hecho notar, Radio Universidad tiene todas las condiciones técnicas y humanas para transmitir las plenarias del Congreso Universitario, porque además es una obligación de esta difusora "cumplir con el compromiso que como medio de comunicación tiene encomendado desde sus orígenes. Sería una contradicción y estaría faltando a su deber si se pusiera al margen de un acontecimiento tan importante para la máxima casa de estudios".

Así lo declaran trabajadores de las áreas de grabación, transmisión y producción de la emisora universitaria, en respuesta a la opinión del comisionado por Rectoría, Jaime Litvak, emitida durante las sesiones de la Comisión Organizadora del Congreso Universitario (COCU), el pasado 14 de marzo, en el sentido de que por razones técnicas y de programación, los micrófonos de Radio UNAM no podían estar presentes en el Congreso.

Por su parte, el director de la radio, Alberto Dallal, prefirió guardar su declaración "hasta el momento oportuno; después de la resolución que se tome en la COCU".

En torno a si Radio UNAM tiene o no la capacidad para transmitir el Congreso, cinco trabajadores aseguran contar con un mínimo de cuatro grabadoras profesionales y micrófonos, así como los técnicos indispensables para realizar las grabaciones y transmisiones en vivo. Asimismo, aseguran que pese a las deficiencias del transmisor con el que trabajan actualmente se puede llevar la señal a donde sea, si se hacen las pruebas pertinentes con unas cuantas horas de anticipación.



*E*ntre mass media te veas es una selección de notas periodísticas, en torno a los medios de comunicación electrónicos, intento de referencia hemerográfica sobre el tema ♦ Ana María González estudió Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM ♦ Su práctica profesional inició en la sección Cultura y Espectáculos de *La Jornada* y actualmente trabaja en el diario *El País*, en su edición México.

