



Nace una nueva emisora de radio



radio
Sintonía
107.8 FM

Emisora Municipal de Alcantarilla



"HISALBA"

HORNOS IBERICOS ALBA, S.A.

A R I D O S

C E M E N T O S

H O R M I G O N E S

M O R T E R O S

T R A N S P O R T E S

C/. Junterones, s/n.
Edf. Sierra Espuña, entlo.
30008 Murcia
Telfs.: 23 25 00 - 80



"HAT"

HORMIGONES, ARIDOS, TRANSPORTES

"HISALBA"

CEMENTOS

"HATMIX"

MORTEROS

Indice

	Pág.
Editorial	5
"Periodismo y poder"	6
La radio lenguaje y literatura	7
La triste situación del locutor	9
Pepe Navarro, director de Radio Sintonía de Alcantarilla.....	10-11
Nombramientos	13-14
Crónica de una muerte anunciada	15
Historia de la radio	17
La ventana de Johari	18
"Murcianísimos, un programa..." ..	20-21
Maruja Gallardo, casi 25 años viviendo de la radio.....	22
Nuestras emisoras.....	23
Entrevista de la Asociación con la Comunidad Autónoma	24
Convocatorias.....	25
Reality shows	26-27
Publicaciones.....	28
Ondas con pasión.....	29
Administración	30-31
Técnica: el minidisc	32 a 34
Educación	35 a 37
Concha Navarro, directora de Radio Cartagena-SER	38-39
Historias de la radio.....	40-41
Apuntes sobre el panorama audiovisual en España	42
El marco.....	43
Duelo al sol catódico	44
IFEPA, una realidad ferial.....	45
Convocatorias.....	46
Seis días de cine español	47
Música en la radio	48-49
Recortes de prensa	50 a 53
Televisión regional.....	54
Gastronomía	55 y 57
Medicina	56
Rebajas para los asociados	58



Nace una nueva emisora: Radio Sintonía

El proyecto es crear una emisora municipal que compita en el sector radiofónico sin temores, con dignidad, con rigor. El objetivo es dar un servicio público de radio local a los oyentes de Alcantarilla con todo lo que ello conlleva, es decir, informar, formar, entretener y dar un servicio público al comercio local.

Págs. 10 y 11



Nuevos directores de Radio Nacional de España en Murcia y Cartagena



Manuel Gutiérrez Navas, nuevo Director Territorial de R.N.E. en Murcia y Diego Gómez Sánchez, Director de la Emisora de RNE. en Cartagena.

La toma de posesión de ambos directivos de la radio pública coincidía con la presentación de RADIO 5 NOTICIAS, la nueva oferta radiofónica de RNE.

Págs. 13 y 14



Edita: Asociación de Radio y Televisión de la Región de Murcia.

Director: José García Solano.

Director Adjunto: Tomás Guillén Luna.

Consejo de Redacción: Felipe Nicolás, José Navarro, Andrés González, Pablo Frutos, Ramón Ruiz y Julio Antonio Díaz.

Fotografía: Pedreño.

Diseño portada: Miguel Angel Martínez

Coordinación: María Isabel de Eguillor Mestre y Ana Caldumbide

Administración: Juan Martínez Moral

Publicidad: Luis Pardo (Art Director). C/. Torre de Romo, edf. Carrascoy, bloque C bajo. Telfs.: 968 / 88 05 06 - 34 05 09 - MURCIA

Distribuye: M.F.P. (Murcia).

Redacción y oficinas: C/. José Antonio Ponzoa, 4-3º. A - Teléfono y fax: 968 / 22 19 19 - MURCIA.

Depósito legal: MU-1.648-1992.

Imprime: Pictografía. C/ Toboso, 12 - Teléfono 968 / 28 02 03 - Fax: 29 68 03 - 30009 MURCIA

Las colaboraciones recogidas en esta publicación han sido altruistas dado el carácter social de la Asociación. ARTV no se hace responsable del contenido de los artículos publicados.

Los buenos artesanos



ELPOZO

Tradición y Calidad



Ctra. Murcia - Granada, s/n.
Apartado 12
30840 ALHAMA DE MURCIA (Murcia)

Las radios locales

EL verano es una de las épocas más propicias para hacer un análisis sobre la situación en el sector radiofónico y televisivo de la Región. Mientras otras áreas de servicio están sufriendo un cambio sociológico, pero con un horizonte claro, los que vivimos de esta profesión tenemos serias dudas de cuál va a ser nuestro futuro. El satélite, la radio-telebasura, la difícil situación económica de las grandes cadenas, la falta de una legislación clara, sobre todo en materia televisiva, una actuación mediocre por parte de las administraciones regionales y un cúmulo de etcéteras nos sitúan en un sector que, junto al periodístico, somos los más propicios a una seria degradación, pero como nuestra profesión no es una profesión, simplemente, sobreviviremos, ¡no hay otra solución!

LA ARTV de la Región de Murcia es consciente de la seria situación del sector, para ello, las metas marcadas se centran en la eliminación del paro y en segundo lugar la mejor preparación de este colectivo. Son dos emisoras de radio que están funcionando con un deseo y una nueva fórmula que esperamos ampliar a todo el colectivo de emisoras municipales de la Región. Los profesionales de radio, especialmente municipal, no pueden estar supeditados a los avatares de la política local, –estos próximos cuatro años a la radio municipal, pero no sabemos que pasará después– la radio local es necesaria, además no es competencia con las grandes cadenas ni en programación ni en publicidad, por ello esperamos colaborar con las actuales emisoras que están funcionando perfectamente para garantizar su continuidad, crearemos en colaboración con los Ayuntamientos, otras nuevas y, en definitiva, intentaremos consolidar una fórmula de radio que hasta hoy no estaba nada clara.

EN materia televisiva seguiremos apoyando el convenio entre la TVE pública y la administración regional, la creación de las TV locales, así como una seria regulación de los múltiples operadores por cable de la Región.

ANTENAS 93

ASOCIACION DE PROFESIONALES DE RTV REGION DE MURCIA

D./Dª. _____ como miembro en activo de la Asociación de RTV, voto a los siguientes asociados:

PREMIOS DE DESIGNACION DIRECTA POR LOS ASOCIADOS:

- AL PROFESIONAL DE RADIO, vota: _____
- AL PROFESIONAL DE TV, voto a: _____
- AL PROFESIONAL INFORMADOR RTV, voto a: _____
- AL PROFESIONAL VETERANO RTV, voto a _____

PREMIOS DE DESIGNACION POR LA JUNTA DIRECTIVA:

- PARA PREMIAR A LA PERSONA QUE MEJOR RELACIONES HA TENIDO CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION, PROPONGO A: _____
- A LA PERSONA MAS POPULAR EN ESTA REGION, PROPONGO A: _____

Te rogamos rellenes esta papeleta de votación y con el sobre que te adjuntamos nos la devuelvas antes del día 20 de septiembre. Los premios de designación de la junta directiva se harán públicos antes, teniendo en cuenta los datos recibidos hasta la fecha de su publicación.

Los profesionales premiados se harán públicos en los actos a celebrar el día 1 de octubre de 1994.



Jesús Cobarro Jaén
Periodista

“Periodismo y poder”

La relación entre periodistas y políticos es una constante de doble filo por los términos en que se produce. En realidad, la prensa y los partidos políticos son dos instituciones democráticas que se necesitan mutuamente y que, por tanto, son complementarias. Pero periodismo y política son dos oficios, también enfrentados en algunos aspectos de su dinámica interna.

La prensa sirve al político como plataforma de sus proyectos, así como de medio para decir aquello que el político quiere que se sepa, pero muchas veces sin que aparezca como salido de sus labios. Junto a ello siempre hay cosas que un político jamás desearía ver impresas. El problema radica en el planteamiento, enfoque y circunstancias de lo que se debe y no se debe hacer en público, en el cuándo sí y cuándo no, en el cómo se puede y cómo no se puede.

Los políticos y los periodistas deberían ser gente dispuesta a fajarse y a encajar. Las cosas nunca salen a gusto de todos y hay tantas maneras de ver la realidad como puntos de vista y circunstancias.

En cualquier caso, siempre será inevitable que los periodistas publiquen y los políticos estén al tanto de lo que se publica, (de ellos y de sus colegas).

Estoy convencido de que una de las misiones del periodista es la crítica constante al poder, aunque siempre dentro de unas formas y de unos planteamientos éticos y rigurosos. Ese deber de la crítica es incompatible con la frivolidad, la mendacidad y la falta de rigor y honestidad. El político no es, ni debe ser un muñeco de pim, pam, pum. Está ahí para ejercer un mandato de acuerdo con un programa, contrastando en todo momento sus informaciones al respecto y ejerciendo su derecho y deber de informar desde el deber de su conciencia a actuar con absoluta honestidad. El periodista actúa como un servicio público, ocupando el puesto de los ojos y los oídos de sus lectores, y debe ser consciente de que con su trabajo puede hacer tanto bien como mal.

Fue Edmund Burke quien acuñó la definición de la prensa como el “cuarto poder”, aunque en realidad,

muchas veces se trata de un querer, más que de un poder. En cualquier caso, al altísima responsabilidad que supone el constituir ese “cuarto poder”, ha de llevar al profesional a ejercerlo desde la más rigurosa exactitud. Ahí radica el meollo, el corazón de la actividad periodística: en tener siempre presentes los conceptos de honor profesional, de la ética periodística, de unos principios de honestidad que hay que defender en todo momento, incluso en aquel en que seamos conscientes de que hemos cometido un error. Porque aunque uno se esfuerce en contrastar todas las fuentes del modo más riguroso, puede equivocarse el punto de vista de la crónica o reportaje, o haber sopesado mal las circunstancias en que se producen los hechos que uno describe, o haber dado con una fuente que ha proporcionado una información sesgada y ha conseguido intoxicarle... Cuando se es consciente de haber cometido un error de ese tipo, o de cualquier otro, hay que reconocerlo y esforzarse en enmendarlo.

Es bueno tener siempre presente lo que decía Joseph Pulitzer a sus periodistas del New York World: que estuvieran siempre insatisfechos con su trabajo, que fueran incansables en la lucha contra toda forma de mal, que defendieran su independencia –incluso frente a las presiones de la publicidad– y que avanzaran siempre a favor de la razón y del progreso, sin perder en ningún momento de vista los verdaderos ideales de la democracia ni dejar nunca de aspirar a ser una fuerza moral en búsqueda de la perfección como institución pública.

Parece que casi todo conspira contra la búsqueda de la verdad: los intereses de los políticos y de los poderes ocultos, el afán de protagonismo de algunos periodistas y comunicadores, los sobornos –“sobrecogedores”–, la penetración de la publicidad en el discurso, la feroz competitividad entre las empresas... Los medios que más se preocupan de proclamarse independientes, son a veces los más manipulados. Alcanzar la independencia es difícil en los tiempos que corren, casi tanto como alcanzar la verdad ■

“
*Los medios que
más se preocupan
de proclamarse
“independientes”
son a veces los
más “manipulados”*
”



Diego Pedro López Acosta
Periodista y Radiofonista

La radio: lenguaje y literatura

La sugestión de lo invisible se manifiesta en la radio categóricamente. Esa ausencia de rostro la convierte en algo mágico, espoleando la imaginación de quien la escucha. Sin embargo, la carencia de facciones obliga a la utilización de elementos dispares que acentúan, subrayan o complementen lo que se relata con palabras.

La radio tiene su propio lenguaje, su propia sintaxis, aunque, por desgracia, muchos de los que a ella se dedican actualmente lo desconocen. El lenguaje radiofónico se organiza y tiene su base en los códigos lingüísticos y sonoro. Con la aparición de este medio de comunicación, o mejor: DE EXPRESION, a comienzos de los años veinte, la palabra adquiere una difusión más amplia y una fuerza persuasiva superior a lo impreso. Su comunicación, como la prensa escrita y la televisión, busca al público en el interior de sus hogares o en el reducto de su descanso o su trabajo. Llega al receptor de forma directa. Con la radio, la noticia, el comentario, el drama, tienen voz. Esta traspasa inmediatamente el espacio y es oída y escuchada en el momento de la emisión. La entonación, el ritmo de la lectura, las pausas, los silencios, el énfasis, son los elementos de persuasión de la palabra en la radio.

Pero las palabras, el verbo, aún siendo el basamento de la comunicación radiofónica, no constituye el total del lenguaje de este medio. Otros elementos, los que se denomina "recursos expresivos", tienen su importancia: la música, los efectos sonoros, los planos de emisión, son el complemento de ese lenguaje, de esa sintaxis. Samuel Beckett decía que "la imaginación del radioyente puede cruzar el espacio de lo real con la rapidez de la flecha". Para el escritor y dramaturgo irlandés lo maravilloso es saber que una voz, una música, unos sonidos, nos pueden transportar a otros ámbitos, a otros mundos. Hay que abrir la imaginación y mantener la atención.

Existe, sin duda, una literatura radiofónica cuyos orígenes están prácticamente en los orígenes del propio invento. Son los años veinte, ni tan felices ni tan desdichados, y los radioyentes norteamericanos siguen con interés los jugosos comentarios "Ecos y rumores de Nueva York", que firman Norman Brokenshire. Por aquella época, 1924, los británicos pueden escuchar, entre la curiosidad y el asombro, a través de la BBC, el primer original dramático, escrito por Richard Hugues y titulado "Danger" (Peligro). Casi al mismo tiempo, en Italia, un literato puro como Gabriel D'Annunzio, habla ya de un nuevo estilo de narración al referirse a la radio. En España, y en una radio balbuceante, nacida para la transmisión regular en noviembre de 1924 bajo el indicativo de

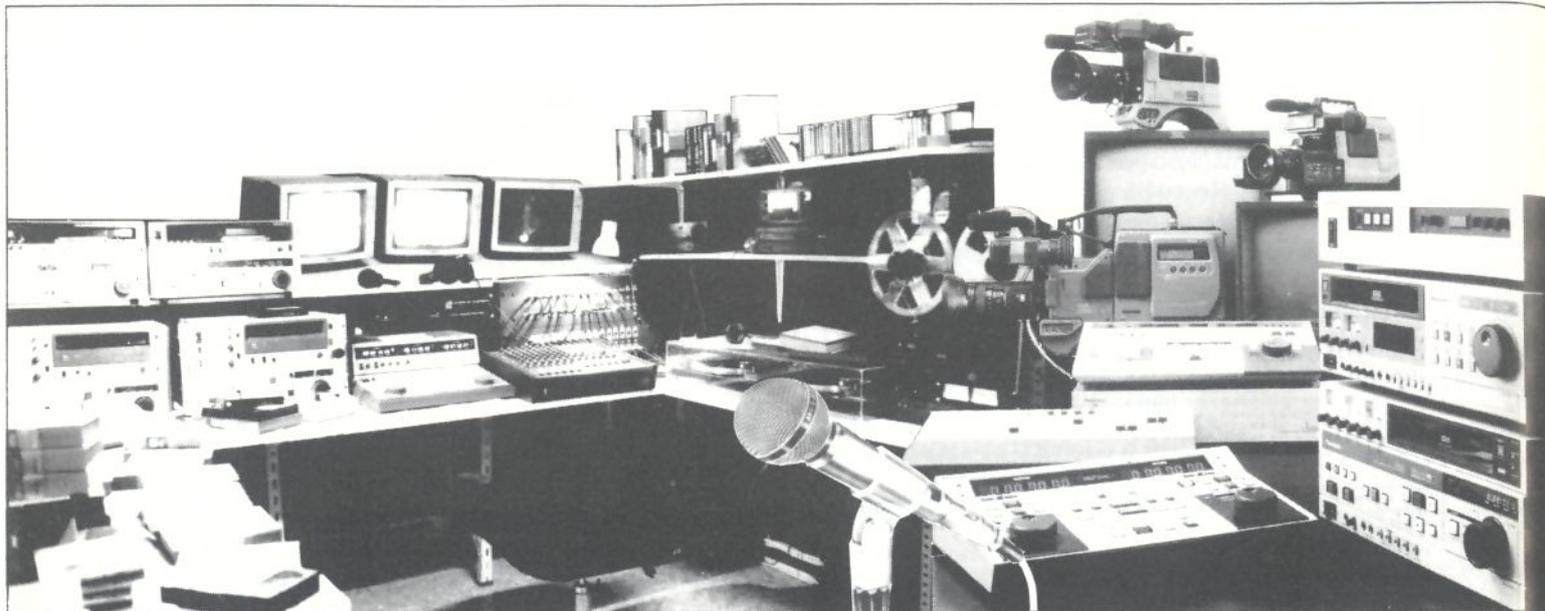
EAJ-1 Radio Barcelona, surgen los primeros intentos en el terreno de la adaptación dramática, aunque faltarían años para la aparición de los grandes fabuladores radiofónicos, como Antonio Calderón y Guillermo Sautier Casaseca.

Hasta los años treinta, el escritor para la radio no adquiere carta de naturaleza. Atrás va quedando el "sarampión" del invento, el regocijo de la técnica, y la radio, como el cine en su momento, busca, entre no pocas dificultades y reticencias, un lenguaje propio. Al nuevo medio acuden profesionales de otros campos de la comunicación, sobre todo del periodismo escrito, que tratan de acomodar la radio a sus esquemas informativos tradicionales. Pero las características del medio exigen otras maneras de expresión que poco a poco, a salto de mata, van surgiendo por iniciativa de los más decididos. El ejemplo más contundente lo encontramos en el detective-escritor Dáshiell Hammett, quien en su corta trayectoria radiofónica realiza interesantes aportaciones. Para el autor de "Cosecha roja" y "El halcón maltés", la concisión debe ser norte y guía del escritor del nuevo medio. He aquí una de las particularidades de la escritura radiofónica: la concisión, algo que fácilmente se olvida, o que a veces se ignora. Las palabras justas, necesarias, para exponer los conceptos con claridad. No olvidemos que el mensaje radiado tiene una existencia efímera, las palabras se las lleva el viento, dando por válido el dicho popular.

Sé perfectamente que estas consideraciones, a vuelo de pluma, sobre el lenguaje radiofónico pueden parecer a algunos como una rareza digna de figurar en la arqueología de la comunicación, pero tal opinión no es más que fruto del desconocimiento o del olvido, como demuestra la ausencia del guión radiofónico en la mayoría de las emisoras, que justifican dicha circunstancia argumentando, sus responsables, una supuesta exigencia social de una radio natural, directa y espontánea. Lo que ocurre es que, en muchos casos, la naturalidad y la espontaneidad se confunden con la vacuedad y la impertinencia. Es la radio que busca el compadreo con el oyente y hace de la improvisación, de la mala improvisación, norma a seguir desde el momento en que se enciende la luz roja del estudio. Es la radio que, en aras de un naturalismo callejero, se convierte en enemigo público de la prosodia y la sintaxis. Es la radio que consagra al indocumentado dándole poderes para ejercitar su ignorancia.

Por todo ello, los profesionales de verdad tendrán que reivindicar la presencia activa del escritor radiofónico que aporte el rigor necesario en la comunicación y anteponga lo imaginativo a lo rutinario, haciendo suyo el grito liberador del Mayo francés: la imaginación al poder ■

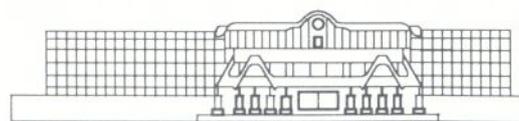
LOS OJOS Y LOS OIDOS DE NUESTRA COMUNIDAD



No ven ni oyen para sí mismos. Son las herramientas que utilizan nuestros profesionales para acercar la realidad a los ciudadanos de nuestra Comunidad. Son los ojos y los oídos de los que trabajan para la radio y la televisión en Murcia.

Nadie puede entender mejor su labor que el Parlamento de nuestra Región, que también actúa como amplificador de la voz y la voluntad de los ciudadanos, que necesita de estos profesionales para hacer que esa voz y esa voluntad llegue a todos sin perturbaciones, con toda su pureza, con toda claridad.

Y ningún lugar mejor que su propia Revista para que la Asamblea Regional les exprese su reconocimiento.



ASAMBLEA REGIONAL DE MURCIA
ASUNTO DE TODOS



Federico Sánchez Aguilar
*Secretario General
 de la Federación
 de Asociaciones de RTV*

La triste situación del locutor

NUNCA he entendido la triste situación a la que se ha visto relegada la figura del locutor radiofónico. El locutor, aquel profesional dotado de bien timbrada voz, encargado de leer con entonación precisa y correcta dicción cuanto escribían redactores y guionistas, ha desaparecido prácticamente de la radio española. Los pocos que quedan, reconocidos como tales, son utilizados en muchos casos para decir indicativos, la hora o el pronóstico del tiempo. Es una escena cotidiana ver a la puerta de los locutorios de las emisoras más importantes de España a estos profesionales leyendo el periódico o haciendo crucigramas para hacer más llevadero su turno laboral, mientras el estudio es ocupado por otras personas deficientemente preparadas para dirigirse a la audiencia. Así se escuchan comentaristas o informadores que tienen frenillo, jadean, dudan, tartamudean, se equivocan reiteradamente y pronuncian mal ante el micrófono.

Todo comenzó con el "sarampión" de los informativos, hasta ese momento el monopolio de la información recaía sobre la emisora estatal, que ofrecía escasas y autocensuradas noticias. Llegó la apertura y, con ella, otros modos. Los profesionales del medio fueron sustituidos por "aficionados" o periodistas de "carnet" y los locutores se vieron desplazados al pasillo. Para justificar este desmán los responsables argüían que quedaba "más natural" la noticia si era leída por quien la había redactado, sin caer en la cuen-

ta de que, al redactor de turno, antes habría que haberle enseñado a leer.

Nunca he llegado a comprender la conveniencia de la marginación de los locutores, porque a mí eso de que la noticia la lea mejor quien la ha escrito me parece una majadería. Es como si de los periódicos se hiciera desaparecer al maquetista por aquello de que un reportaje gana en matices si lo confecciona quien lo ha hecho, aunque quien lo haya escrito no sepa confeccionar.

Admitase o no las emisoras siempre irán vinculadas a las voces que marcaron sus sucesivas épocas. Y admítase o no los oyentes, con edad suficiente, claro, saben ubicar sin titubeos las voces de Matías Prats, Paco Cantalejo, David Cubedo, Matilde Conesa, Pedro Pablo Ayudo, Boby Deglané, José Luis Pécker y Carmen Pérez de Lema.

Existe otro problema en la radio pública motivado por la salvaje reducción de personal que están llevando a cabo sus directivos. La reducción se está haciendo indiscriminadamente y muchas de las grandes voces están solicitando la baja incentivada o la jubilación anticipada. Sobra burocracia y falta personal operativo. De seguir así, los indicativos, la hora y el pronóstico del tiempo quedará a cargo del personal del servicio de limpieza.

Urge reivindicar la figura profesional del locutor por bien de la radio y, sobre todo, del oyente ■



**POLICLÍNICO
 SAN CARLOS**

C/. Miguel Hernández, 12
 30011 Murcia
 Telfs.: 968 / 25 00 55 - 25 05 55

Pepe Navarro, director de Radio Sintonía de Alcantarilla

“Un medio de comunicación no debe existir sólo para ganar dinero”

Puesta en marcha de un nuevo proyecto de Radio Municipal

PERFIL

José Navarro García.

36 años.

Se inicia en radio en 1979 en Radio Cadena Española en Cartagena mientras hace en servicio militar.

En 1980 se incorpora a Radio Popular de Almería. En febrero de 1981 le contrata la SER en Cartagena.

En agosto de 1988, se traslada a Radio Murcia.

En febrero del 94, el Ayuntamiento de Alcantarilla le contrata como director general de la emisora local. Pone en marcha Radio Sintonía en abril pasado.

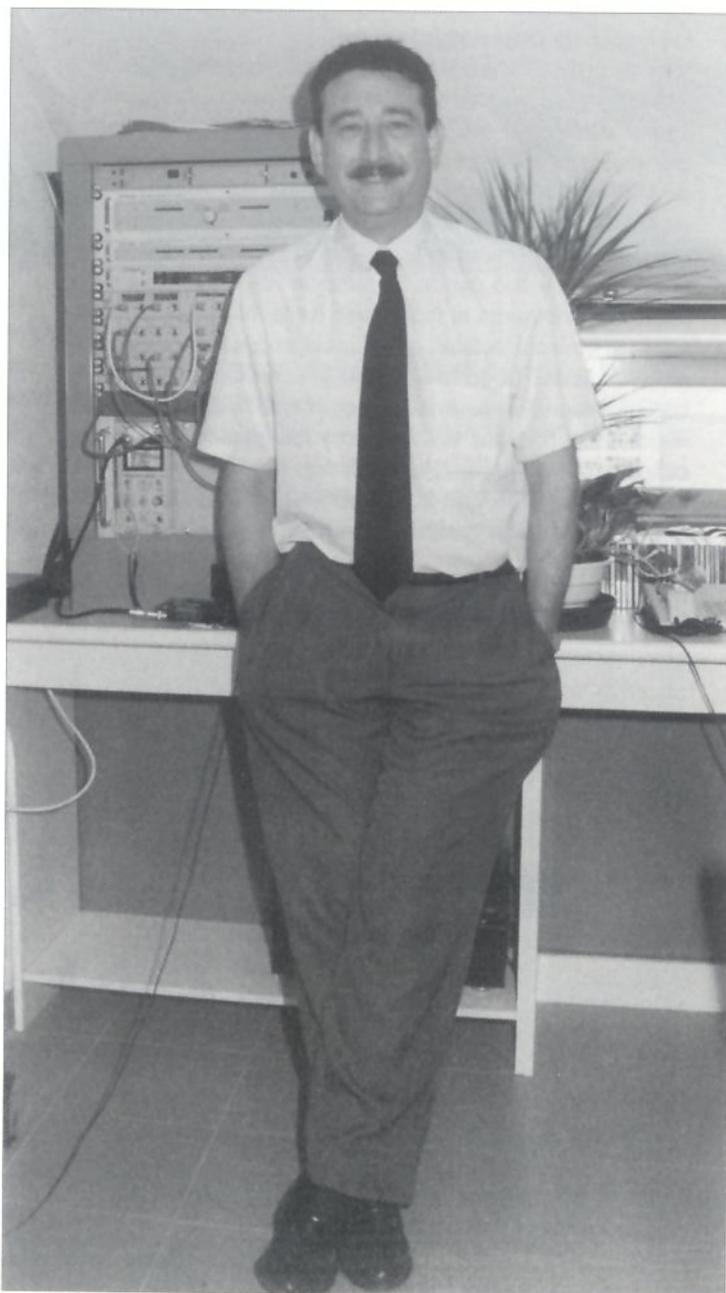
¿Piensa que puede ser este proyecto una alternativa para la crisis?

– No lo creo, desgraciadamente la crisis en el sector de la radio es tan grande que no es suficiente una radio municipal como la que hemos montado como alternativa a la crisis. A lo mejor cualitativamente sí, si conseguimos que esta emisora formada por un equipo pequeño de profesionales funcione, quizás se animen otros Ayuntamientos y será entonces cuando cuantitativamente sea importante, porque se crearán muchas emisoras pequeñas que darán muchos puestos de trabajo, pero nosotros por si solos no somos alternativa a la crisis. Muchas emisoras municipales si podrían contemplarse como una solución a la crisis de puestos de trabajo en el sector.

¿La crisis perjudica a los profesionales del medio?

– Ya lo creo que perjudica. Todo el tejido económico del país está afectado y no hay que olvidar que los medios de comunicación son servicios públicos, pero también empresas y no están siendo ajenas a lo que es la crisis, por tanto, los profesionales tampoco. Estamos viendo como muchos buenos y grandes profesionales están acabando en el paro, porque la situación del sector así lo manda.

¿Qué le parece la fusión de Antena 3 con la SER?



José Navarro García, director de Radio Sintonía de Alcantarilla.

❖ OTRA ALTERNATIVA DE RADIO MUNICIPAL



Equipo de técnicos, locutores, redactores y publicitarios que componen la nueva emisora municipal de Alcantarilla.

– Más que una fusión me parece una destrucción, ha habido destrucción masiva de puestos de trabajo, de una empresa que tenía un nombre (Antena 3) y de un producto. Por lo tanto no se puede hablar de fusión sino de destrucción, y a mi siempre que se hable de destrucción me parece mal, creo que es mucho más positivo construir. En el verano del 92 Antena 3 conseguía unas cuotas de audiencia importantísimas, las primeras de este país; y eso hoy no tiene nada que vez con aquello; no me parece bien lo que se ha hecho. Al cabo de un par de años se ha destruido todo, esa es la realidad. Esta empresa competía directamente con la Cadena SER y de competir pasa a estar en las manos de quien gestiona la Cadena SER. No han mantenido a Antena 3 en su sitio; muy al contrario la han destruido y en muchos casos ha servido de soporte para la propia Cadena SER, aunque muy pocos profesionales que antes estaban trabajando para Antena 3 ahora están trabajando para la Cadena SER, y otros muchos, la mayoría, están en la calle.

¿Cuál es su proyecto?

– El proyecto es crear una emisora municipal que compita en el sector radiofónico sin temores, con dignidad, con rigor, por la cuota de audiencia y de publicidad que nos corresponda de acuerdo con el trabajo que sepamos hacer.

¿Y los objetivos?

– El objetivo es dar un servicio público de radio local a los oyentes de Alcantarilla con todo lo que ello conlleva, es decir, informar, formar, entretener; y dar un servicio público al comercio local para que tengan un medio de comunicación

local y lo utilicen para llegar con sus ofertas, a todos sus vecinos y oyentes. Cumplidos esos dos objetivos de un servicio público al oyente y al comercio, el tercer planteamiento es de formar un equipo de profesionales que con el tiempo puedan alcanzar una estabilidad real en su puesto de trabajo.

¿Con qué recursos contará Radio Sintonía?

– El Ayuntamiento ha optado por la fórmula de la creación de una empresa mercantil, una sociedad limitada cuyo capital social es íntegramente del Ayuntamiento y que gestionan unos profesionales todo de acuerdo con la ley que regula las Emisoras Municipales. A partir de ahí termina la labor del Ayuntamiento y empieza la labor de los profesionales; el compromiso de éstos es que la emisora municipal no le cueste dinero al Ayuntamiento, es decir, a los ciudadanos de Alcantarilla, que sea autosuficiente y que no tenga que depender de nadie sino que sólo y exclusivamente la publicidad sea su soporte económico. Pondremos todo el esfuerzo y dedicación para cumplir esta filosofía.

¿Qué opinión tiene sobre el control de los medios de comunicación política y económicamente?

– Un medio de comunicación hay que entenderlo en una doble vertiente: es una "empresa de servicio público" no hay que perder esto nunca de vista, la empresa tiene como primer objetivo ganar dinero, ahora bien, cuando se conjuga el concepto de empresa con medios de comunicación hay que ganar dinero pero no a costa de venderse, de no actuar honestamente. Es decir, si hay que ganar menos dinero se gana

menos pero que la oferta sea veraz, rigurosa, objetiva, en definitiva una oferta seria, profesional. Un medio de comunicación no debe existir sólo para ganar dinero, tiene que haber un compromiso moral con la sociedad.

¿Qué mensaje le daría a los profesionales que han perdido su empleo?

– Que lo siento muchísimo, ojalá Radio Sintonía pudiera dar trabajo a todos, pero tristemente no es posible. Tenemos sólo la posibilidad de escoger a unos pocos, pero que insistan, que busquen, que se muevan, al final se encuentra trabajo cuando se persigue con ganas, con fe y con ilusión.

¿Cree que cambiarán las cosas en algún momento?

– Yo creo que una salida muy importante, como decía al principio de la entrevista, es que al final los Ayuntamientos se dieran cuenta que cuando una emisora municipal se deja en manos de profesionales se puede funcionar bien. Murcia tiene 45 municipios y en todos y en cada uno de esos municipios habrá una salida importante por ahí, y luego hay un asunto muy interesante que es la televisión local de inminente legalización, y se van a necesitar muchos profesionales. Los que están ahora en situación de paro no hay que olvidar que gozan de prestigio, de credibilidad, y sobre todo de experiencia y que en el momento que llegue la televisión local tendrán una salida.

La junta directiva de la Asociación de profesionales de Radio y Televisión está preocupada, mantenemos reuniones y llevamos a cabo gestiones, para entre todos, buscar solución a esta crisis profunda en el sector con importante número de parados. Por lo tanto que se vertebren alrededor de ella para que contemos con su apoyo, y con una Asociación fuerte tengamos posibilidades de actuar.

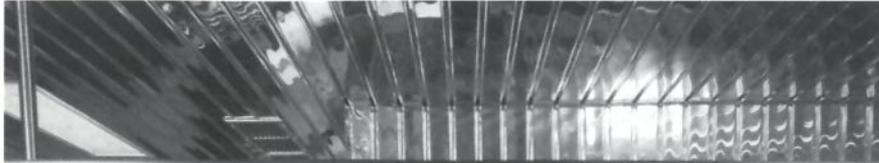
¿Se está haciendo una radio de menos calidad?

– La radio cada vez está más en manos de personas inexpertas, de jóvenes que podrán llegar a ser buenos profesionales pero en un futuro. Las empresas se están sirviendo más de lo que se llama "mano de obra barata", es decir, gentes que llegan a la radio sin experiencia, pero cobrando poco; resuelven la papeleta eso sí. ¿Pero qué significa?, que repercute en la calidad; no se le pueden pedir peras al olmo ■

Ana Caldumbide



Rincón de Pepe



*La cocina de siempre
¿Quién no conoce el Rincón de Pepe
fuera de nuestra Región?*

Apóstoles, 34

Telf. 21 22 39 - Fax 22 17 44

30001 Murcia

Manuel Gutiérrez Navas, nuevo director territorial de RNE en Murcia

“En RNE tenemos siempre el mismo proyecto: presentar a nuestra audiencia un servicio público permanente”



Manuel Gutiérrez Navas, director de R.N.E. en Murcia.

Manuel Gutiérrez Navas, de 34 años de edad, es natural de Almería. Periodista y técnico de radio y televisión. Licenciado en Historia Contemporánea por la Universidad de Granada, actualmente cursa la carrera de Ciencias Políticas y Sociología.

En 1975 comienza a colaborar en los Servicios Informativos de Radio Juventud de Almería. En 1981 ingresa en la plantilla de Radiocadena Española en Almería, donde completa su formación profesional como redactor. Desde 1982 hasta hoy ha dirigido las emisoras de Radiocadena Española en Benavente (Zamora), Burgos, Valladolid y Almería. Ha sido director de RNE en Almería y director territorial de RNE en Andalucía.

Durante su última etapa en Sevilla, ha desempeñado los puestos de subdirector y jefe de programas.

El pasado día 15 de abril, el Director General de RTVE comunicó al Consejo de Administración los nombramientos de Manuel Gutiérrez Navas, como nuevo Director Territorial de RNE en Murcia, y de Diego

Tras esos primeros meses, ¿qué opinión le merece la emisora a la que acaba de incorporarse como director?

– Una opinión sobresaliente. Se trata, como sabéis, de unas instalaciones nuevas, inauguradas hace dos años, dotadas con los últimos avances técnicos y, sobre todo, lo más importante, con un gran equipo de profesionales.

¿Y su llegada a la ciudad?

– Murcia es una comunidad abierta, hospitalaria, amable. La capital tiene una dimensión justa, apropiada. Ni los agobios de las grandes ciudades, ni las carencias de las pequeñas. Es un lugar ideal para vivir y quizás sus habitantes no sean conscientes de ello.

¿Cuáles son sus proyectos inmediatos para RNE Murcia?

– En RNE tenemos siempre el mismo proyecto: presentar a nuestra audiencia un servicio público permanente, para que sea utilizado cuando lo desee.

No obstante, RNE Murcia, a diferencia de otras emisoras públicas, regionales y locales, tiene el deber de trascender de su ámbito territorial propio para proyectar a

Gómez Sánchez, como Director de la emisora de RNE en Cartagena.

La toma de posesión de ambos directivos de la radio pública coincidía con la presentación de RADIO 5 TODO NOTICIAS,

toda España, a través de Radio 1, la realidad de Murcia, su vida social, cultural, política, económica; a través de Radio 2, las noticias referidas a la actividad de música clásica en nuestra comunidad, y, al mismo tiempo, debemos proyectar la imagen de Murcia a todo el mundo, a través de Radio Exterior de España.

Como puedes comprender, nuestro reto diario no es poco importante.

Pero también está RADIO 5 TODO NOTICIAS, la nueva oferta que ha elaborado RNE...

Sí, desde luego. Con este nuevo programa, RNE cubre un vacío existente hasta ahora en la radiodifusión nacional. Se trata de una emisora que ofrece información constantemente actualizada y que permite a los oyentes informarse en pocos minutos de lo que ocurre en el mundo, en España y en la comunidad de Murcia.

¿Qué estructura tiene la emisión?

– RADIO 5 TODO NOTICIAS emite a lo largo del día un programa de información continua, con resúmenes de la actualidad en titulares cada quince minutos; boletines con ampliación de la noticia,

la nueva oferta radiofónica de RNE.

Por ello, hemos creído oportuno dialogar con el nuevo director de Radio Nacional de España en Murcia.

desde todos sus puntos de vista, que abarcan: información meteorológica y deportiva, la evolución de la Bolsa, la actividad económica y empresarial, datos útiles sobre el consumo, el medio ambiente, la moda y el turismo; la actividad cultural, ofertas para la juventud y la Tercera Edad, consejos para la circulación en la carretera y en las grandes ciudades, etc. etc.

¿Y en lo referente a la información regional?

– Las emisoras de Murcia y Cartagena elaboran todos los días un total de 47 boletines informativos, dedicados a nuestra comunidad (cuatro cada hora). En ellos se recogen noticias de todo tipo: titulares de actualidad, tráfico, tiempo, sucesos, agenda cultural y universitaria, deportes, etc. Además, el sábado ofrecemos un espacio monográfico dedicado al campo (8,47 a 9,00 h.) y a la información parlamentaria de la comunidad (15,05 a 15,30 h.).

Todo ello constituye un esfuerzo periódico y técnico importante que sólo es posible con un alto sentido de responsabilidad y entrega profesional ■

Ramón Ruiz Solana

*Diego Gómez, director de RNE en Cartagena***“Radio 5 Todo Noticias es un reto para todos los profesionales de RNE Cartagena”**

Diego Gómez Sánchez, nuevo director R.N.E. en Cartagena.

DIEGO Gómez Sánchez, Director de RNE en Cartagena, nace en Aranjuez (Madrid) en el año 1945. A los 7 años, llega a Cartagena donde transcurre su niñez y juventud.

En octubre de 1961, ingresa en Radio Juventud de Cartagena como auxiliar de sonido, pasando posteriormente a operador de sonido y técnico de sonido. Locutor, en abril de 1967, hasta octubre de 1968, año en el que

ingresa en el Centro Emisor del Sureste de RNE en Murcia.

También en RNE en Murcia ha pasado por diversas categorías profesionales: Auxiliar de sonido; encargado de control (concurso-oposición); técnico principal control y sonido; especialista toma de sonido. Desde 1989 a 1994, ha sido jefe de emisiones y producción, de la Emisora Territorial en Murcia de RNE.

El 15 de abril, fue nombrado director de RNE en Cartagena.

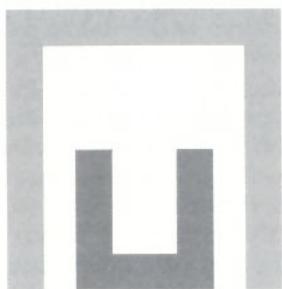
Para Diego Gómez Radio 5 “Todo noticias”, significa un reto para todos los profesionales de RNE en Cartagena. Desde la ciudad departamental, a través de los 23 informativos locales y la participación en la mayoría de los 23 informativos territoriales, como servicio público, vamos acercar a los oyentes, cualquier tema de la actualidad de la comarca.

Desde las 07,25 hasta las 21 horas, cada 10' (a las 10'; 25'; 20' y 55' de cada hora), las informaciones están presentes en los boletines de 5' locales o territoriales.

Gómez también afirma que las informaciones sobre tráfico, carreteras, deportes, movimientos de buques, tiempo, sucesos, agendas culturales, cartelera, etc. son entre otras, secciones de Radio 5 “Todo noticias”. Todas ellas, aderezadas con sintonías que identifican siempre esta nueva fórmula de radio.

Papel protagonista tienen las informaciones derivadas de los Plenos del Ayuntamiento y Asamblea Regional, en los espacios dedicados a la actividad parlamentaria en Radio 1 y 5.

Además de Radio 5 “Todo noticias”, RNE en Cartagena, tiene presencia en Radio 1 y Radio Exterior de España, con cualquier actividad de carácter regional o nacional ■

**CENTRO DENTAL ROMEA**

Dr. Javier Zárraga
Dr. José Manuel del Val
Dr. Gabino Vidaurrazaga

Santa Clara, s/n. – Edf. «La Torrecilla» escl. 1ª. 1º D - Telf.: 24 90 85 - 30008 MURCIA



Juan Tomás
Periodista

Crónica de una muerte anunciada

SÉ, porque me lo han dicho muchas veces, que soy un tanto, quizá demasiado, utópico. Probablemente es así. Tengo creencia tremendamente "extremosa" en las posibilidades del ser humano, y de ahí que, a veces, acabe con un malhumor callado, consecuencia de la frustración y de la impotencia a la que nos condenan las circunstancias políticas, sociales y económicas en las que nos vemos inmersos.

Esto que digo viene al caso porque, en estos días en que escribo este artículo (bastante alejado del momento de su publicación), todo el mundo anda un poco "revuelto" por la muerte de Pablo Escobar, el "zar" del narcotráfico mundial, el "mal personificado", en palabras del presidente colombiano César Gaviria.

Quede claro de antemano que los horrores que ha ocasionado este malhechor no tienen nombre, y que jamás se podrán perdonar, salvo en un sentido cristiano. Fue el cabecilla de una lucha armada cruel, como todas, que dejó un baño de sangre en su país, del que tengo dudas que se salga con la prontitud que todos quisiéramos.

Pero no olvidemos que en el otro lado de la balanza están el Estado, su corrupta administración, y los poderes económicos nacionales y estadounidenses. Durante el tiempo en el que fue conveniente para éstos, Pablo Escobar hizo lo que quiso en Colombia. Después, como consecuencia del poder adquirido, también se movió "a sus anchas", y ya en este caso de una manera "incontrolable", hasta que ha acabado abatido a tiros (siete, un número simbólico) en el tejado de su casa.

Pablo Escobar ha sido una mezcla actualizada de bandolero andaluz y de "Robin Hood". En medio ha estado la droga, la maldita cocaína, que tantos dividendos otorga a sus traficantes. Esta "personificación del mal" utilizó parte de su poder y un poco de su dinero para hacer carreteras y para dotar de ciertos equipamientos culturales a la ciudad que le vio nacer, Medellín. Dio algo de lo que tenía a los pobres, y éstos le encubrieron, y hasta ofrecieron a veces sus vidas por él.

Hemos de ser conscientes de que Pablo Escobar se convirtió en una leyenda, en un héroe que escapaba de los grandes, porque él se hacía cada vez más poderoso y sagaz. Como todos los héroes, parecía que nunca iba a morir, y como todos los héroes murió. Para algunos, o para muchos, se ha convertido en un mártir, lo que le llevará directamente al mundo de los "inmortales".

En el marco de esta situación, tenemos que los medios de comunicación de todo el orbe se han empeñado en insistir que ha muerto la lacra de todas las lacras, y, así, hasta parece que la cuestión del narcotráfico colombiano estuviera solucionada. Se olvida, consciente o inconscientemente, que el problema principal no ha sido Escobar. Lo

que ha generado a un narcotraficante de este calibre ha sido el modo de vida de su país, que es muy similar en toda el área sudamericana: gentes que no tienen qué comer, delincuencia y violencia provocada por un atraso cultural que conviene a los estados mejor situados económicamente, corrupción latente y creciente a todos los niveles...

En estas naciones siempre hay "reyecillos" asociados a actividades ilícitas. Están en una óptima posición, porque "benefician" a los que manejan los poderes económicos y políticos. Cuando estos "capos" se les escapan de las manos son perseguidos "a muerte". Ha pasado en distintos países con regímenes diversos (recordemos Panamá, Cuba, etc.).

Se empeñan en mostrarnos ahora a un Pablo Escobar horrendo, como el padre de todos los males relacionados con el narcotráfico, cuando en realidad ello no es completamente así. Hay gentes más malvadas que él que aún siguen operando desde sus oscuros y confortables rincones, y que son más culpables de que las calles de las ciudades de occidente registren muertos y sonámbulos en vida.

Para muchos colombianos Pablo Escobar era una leyenda imbatible. Finalmente, ha caído, pero como toda leyenda seguirá, y hasta le saldrán canciones. En las vidas de Robin Hood y de Curro Jiménez hubo muertes, bastantes, con los medios de su época, pero también aspectos que llamaron la atención positiva de campesinos y personas humildes, que los identificaron con la única posibilidad de revolución entre tanta locura.

Hay que tener presente que la policía que ha matado a Escobar es la misma de la que nos advirtieron por Colombia muchos convecinos, cuando realicé un viaje por aquel país en compañía de varios amigos. A veces nos la compararon con la guerrilla, y en ocasiones nos dijeron que era todavía más peligrosa. Sin hacer caso del todo a estas lenguas, hemos de señalar que quizá los que dicen tanto y tan malo sobre el narcotraficante tengan razón, pero también es muy posible que oculten otras verdades dolientes sobre una realidad de miseria y de corrupción que no ha acabado en modo alguno con este episodio.

Otros como Pablo Escobar vendrán, de momento seguro que más controlables. Los medios de comunicación, lamentablemente, no decimos siempre las verdades completas, y eso es más distorsionador que la mentira, pues hacemos creer lo que no es enteramente cierto. Pensemos en ello. A mi modesto entender, la vida de Escobar era una crónica de una muerte anunciada. Vivió con violencia, y murió por la violencia, pero procuremos entender los matices. Si no lo hacemos, difícilmente podremos explicarlos ■

Lambilla

SABOREA LA AMISTAD

Es un placer,
Un rito, poder saborear
los pequeños acontecimientos
con los amigos, obsequiándoles
con lo mejor de uno mismo.

Lambilla es el crianza de
los buenos momentos. Un tinto
de Rioja para compartir



12'5°

Casi 4.000 personas visitaron la primera exposición que sobre la radio se ha hecho en nuestra región

La sintonía de la vida

La radio, ha sabido ganarse el respeto y el cariño del público; para conseguirlo, no ha utilizado fórmulas mágicas, pero sí sencillez frente a brillantez, y rigor frente a facilidad. Esta ha sido la "magia" de la radio, de su permanencia, de su aceptación por el gran público. Esta percepción de cercanía y cotidianidad, familiar y amena compañía, invisible pero fiel, ha sido capaz de vincularse a los ciudadanos pequeños y mayores en un mundo global donde otros medios de comunicación tienen como reto conseguir esos valores que caracterizan a la radio.

Además, la radio ha sabido rodearse de la fidelidad de los profesionales que practican y transmiten día a día los valores que predicán, la sencillez y el rigor en la comunicación.

Estos dos componentes, el técnico y el humano, han sido los objetos de la exposición que con el título "La sintonía de la vida: historia y tecnología de la radio"; ha pretendido acercarnos al mundo de la radio durante unos días, del 5 al 30 de mayo en el Centro Cultural y Museo Hidráulico Molinos del Río Segura.

La Exposición ha buscado en todo momento un acercamiento fiel a nuestra historia radiofónica más reciente, mostrarla a los ciudadanos y en especial a los más jóvenes, para que ellos puedan conocer y querer la "fantasía" de la radio. Así, los asistentes a esta exposición han cumplido nuestras expectativas iniciales; han sido 3.832 personas de las cuales 2.241 eran niños y adolescentes. Estos datos nos dan la confian-

za para continuar con exposiciones de estas características.

Ahora es el momento de evaluar y recibir sugerencias de las personas que nos han visitado, estamos abiertos a ello. Mientras tanto, hay otros retos y quizás sea en esta línea, con otros medios de comunicación como prensa y televisión; confiando que al igual que en esta ocasión contemos con la colaboración generosa y desinteresada de la Asociación de Radio y Televisión de la Región de Murcia ■

Maribel Parra Lledó

Directora del Centro Cultural
y Museo Hidráulico de Los Molinos
del Río



DURANTE LA EXPOSICIÓN sobre "La sintonía de la vida", se presentó la publicación "Crónicas de la radio", de Elías Ros Garrigós, decano de la radiodifusión murciana. El primer libro sobre la historia de la radio de la Región de Murcia pretende acercar a la sociedad murciana los "entresijos" de la radio que se hacía en esta región, elaborado por uno de sus principales protagonistas.

El acto, que se celebró en los Molinos del Río el pasado 27 de mayo, contó con la presencia del presidente de la Asociación de la Prensa de Murcia, el propio autor, Director de la SER en Murcia y el ex-director de la Obra Cultural de CajaMurcia ■

La ventana de Johari

Tino González

ACABABA de ver una película que me había impresionado el target con bastantes colas de cometa. Mi mente rebobinaba imágenes a gran velocidad y las reproducía en play intentando analizarlas. Como no había utilizado ningún código de tiempos, todo era confusión, caos, drops, smears, líneas, barras, pistas, nieve, ruidos... en fin, un revoltijo de audiovisuales que no me dejaba coordinar nada.

Decidí dar un paseo en travelling para despejarme. Era una noche rara, las calles y los edificios se deformaban de manera extraña; intenté grabarlos pero todo se movía; la Gran Vía Salzillo de Murcia parecía un flan movido por una suave brisa. El punto clave de todo aquello estaba en una especie de kiosko que permanecía estático, inamovible dentro de mi retina. Me aproximé en dolly para que el efecto paraláctico fuera perfecto. El kiosko, pintado de rojo, verde y azul, tenía una pantalla táctil y olía a interactividad por los cuatro costados. En el encuadre había un rótulo que decía: LA VENTANA DE JOHARI, y una mano que señalaba un botón, extendía un dedo invitándome a pulsarlo. Me interactivé y pulsé el botón. Un fundido de apertura lento me mostró un plano general de pitufos interactivos que se movían, gesticulaban y hablaban entre mesas, focos, cámaras, ordenadores, pizarras, proyectores, electrones, micrófonos, decibelios, códigos, pistas, cintas, pantallas, betuneras, cookies, baterías, cañones, parchís, voltios, trípodes, balances, magentas, amarillos, hipocampos, caries, magnetoscopios, fonaciones, pixels, grúas, soldados... ¡Qué maravillas!

Sin darme cuenta me estaba introduciendo por el cuadro de la pantalla y flotaba sobre aquel mundillo como Supermán en el espacio. Incliné la visión en picado y me deslicé en un plano imposible entre ellos. Lo bueno es que no me veían porque estaba en otra dimensión del espacio. Las caras empezaban a tomar forma, podía identificarlos.

Sobre un podio exageradamente elevado, que me recordó el discurso del ciudadano Kane, se hallaba Solano con una batuta en la mano intentando poner orden entre un maremagnum de sonidos y movimientos. En una mesa de montaje, Juanjo intentaba pegar con pagamento Imedio unos trozos de cinta de vídeo que le había traído Provençio; los códigos de tiempos se le caían al suelo y Provençio los recogía con unas pinzas de cirujano. Jesús tenía una bolsa de caballitos d mar y corría tras de Juana para colocarle alguno, aunque ella no sabía que lo que pretendía era regalárselos.

Me desplazé en una suave panorámica hacia la derecha y ví una escena que me conmovió: una una mesa redonda, Katy, tenía reunidos a varios políticos intentando convencerlos de las excelencias de la dieta disociada. Ninguno se ponía de acuerdo. Unos abogaban por los hidratos de carbono, otros por las proteínas, otros por las frutas ácidas, pero ninguno quería reducir el consumo sin dejar de

mezclarlos. Un maravilloso juego de luces de colores atrajo mi atención hacia un plató donde Gaspar luchaba a brazo partido con filtros, objetivos, temperatura de color, balances..., estaba cabreadísimo por que no podría iluminar, ya que había perdido una de las cuatro luces de su famosa teoría. Mariana lloraba en un rincón con voz entrecortada ensayando la redacción de una triste noticia: el paro iba a aumentar en la recién creada ASOCIACION DE PARADOS ACTIVOS DE RADIO Y TELEVISION.

José Luis intentaba seguir, con movimientos de cámara nuevos inventados por él y encuadres espectaculares a Angel, que corría en cuclillas con un soldador en la mano detrás de varios electrones que se le habían caído en una transferencia interlínea, la corrección de ángulo y la retención de imagen eran un cachondeo, la resolución horizontal y los sensores had se reían a mandíbula batiente en los chips.

Como quien no le importa nada lo que está ocurriendo, Consuelo, con un cepillo de dientes en la mano, aplicaba un correcto cepillado de higiene bucodental a Guillermo, el cual, no sé si en español o en inglés, intentaba con unos folletos en las manos explicar las excelencias turísticas de Uruguay; bajo el brazo tenía una mesa de mezclas para intentar coordinar los sonidos que estaba recibiendo. Ajeno a este follón, Andrés, que había estado tirando monedas a un círculo pintado en el suelo, extendía las manos para retirar el micrófono y con gran aplomo esperaba paciente que se calmaran los ánimos para empezar la emisión de su programa.

Aquello no tenía sentido ni explicación y menos lo que ví al girar la cabeza en una panorámica a izquierda: yo mismo me veía sentado en el suelo con un vaso de agua, soplando por una cañita y haciendo burbujas. Claro que otros no se quedaban atrás. María Dolores llenaba un globo detrás de otro y dejaba escapar el aire produciendo ventosidades que muchos asociaban a fétidos olores. Mari Angeles jugaba al parchís con tres ignorantes que no se explicaban cómo perdían todas las partidas. Rafa tenía grandes dudas, no sabía qué hacer con un montón de cintas de videoarte que tenía a su lado e intentaba pasarlas por el proyector de transparencias.

Hice un fundido y encadené con Salvador que corría detrás de Solano gritándole el planteamiento del desarrollo de identidad corporativa ¡qué barbaridad!

Las imágenes empezaron a desdibujarse, había interferencias continuas. Un rótulo quedó congelado por unos instantes en la pantalla; en él se leía: unidad didáctica número 1, COMO SE HACE UNA TORTILLA DE PATATAS.

De pronto un fundido de cierre terminó en la ilusión. Acababa de despertarme.

La cena de fin de curso de especialidad docente tenía que haberme sentado mal... pero había disfrutado horrores ■



PASAPORTE



Este Pasaporte
No Tiene Fronteras
Y Además
Tiene Regalos

Oferta especial
de Galerías
para asociados

Santo Domingo Puerto Plata

Salidas 16 y 22 de agosto
1 semana en hotel de 4 estrellas

92.000 Ptas.

Pregunte por nuestro pasaporte sin fronteras.
Regalo Seguro

Galerías Viajes



VIAJES INTERNACIONAL EXPRESO CIC MA19

SELLO DE GARANTIA EN SUS VACACIONES



Alberto Castillo
Periodista radiofónico

“Murcianísimo. Un programa...

FUE un siete de diciembre. Vísperas de la Inmaculada. Allá en las tierras altas del Noroeste murciano, en la pedanía ceheginera de Valentín, tres compañeros degustábamos unas exquisitas migas, que por cierto no he vuelto a probar tan buenas. En la fría madrugada Martín Noguero, Luis Fernández y este humilde articulista, nos perdiáramos por las estrechas callejas de Cehegín, guiados por la sabiduría de Noguero, que como buen hijo del pueblo, se conoce cada recodo de las viejas y empinadas callejas. En lo alto, con la pureza del cielo en la fría madrugada, las estrellas semejabán luces de plata iluminando la escena. Estuvimos andando toda la noche y no veíamos camino de regresar al hotel. Habíamos grabado una serie de programas, de aquel añorado “murcianísimo” que nos hizo recorrer palmo a palmo la geografía murciana y conocer a mil personajes imposibles, todavía hoy, de poder olvidarlos. De regreso a la habitación del hotel, tumbados sobre las camas, resistiéndonos a despedirnos y volver cada uno a su cuarto, decía yo a Luis Fernández: ¡Cómo me gustaría ser como vosotros y dedicarme en cuerpo y alma a la radio! ¿Porqué no?, me dijo Luis, algún día podrás serlo, no tengas prisa. ¿Recuerdas aquella noche Martín? Pasaron los años y seguí codo con codo junto a Luis Fernández, aprendiendo de él cada vez que abría la boca.

No me cansaba de escucharle y a él debo todo cuanto soy en este momento. En más de una ocasión dijo públicamente que yo era su hijo radiofónico y con mucho orgullo, hoy, quiero que así me llamen. En aquella desaparecida Radio Juventud aprendí todo cuanto sé, si bien me consta que no he sido un discípulo brillante, pero por enseñanzas no quedó pues de esos días mi recuerdo vuela hacia todos los profesionales que en aquellos momentos, con Adolfo Fernández a la cabeza, me guiaron y me dieron algo mucho más importante, la oportunidad de poder desarrollar mi verdadera vocación. Por eso hoy, cuando tengo que hablar de Luis Fernández porque así me lo ha pedido la

Asociación, he dado mil quinientas vueltas antes de sentarme a escribir estas torpes palabras pues no me encuentro con fuerzas para poder plasmar en este blanco papel todo lo que Luis Fernández significó para mí y el cariño que le profeso. Han sido mil imágenes que quedaron para siempre grabadas en mi retina las que tuve la oportunidad de vivir junto a él. Cerca de tres años, semana a semana, haciendo “murcianísimo” por todos los rincones de la geografía murciana. Del Altiplano a Cartagena, de Aguilas al Mar Menor, de San Pedro del Pinatar a las tierras altas

del Noroeste, sin olvidarnos de patear pedanía por pedanía y caserío tras caserío todos los rincones de esa huerta que Luis tanto amó y a la que entregó, enamorado, sus cenizas en un último abrazo. He reído junto a Luis y también he llorado, todo no fue un camino de rosas, si bien en aquellos difíciles años donde apenas tenía para vivir, Luis Fernández era la mano amiga y el oportuno consejero que siempre me hacía, con su inolvidable sonrisa, salir del percalce amargo. Su filosofía de vida y su manera de afrontar las situaciones más penosas eran únicas y siempre tenía el consejo oportuno y el chascarrillo en labios para hacerte olvidar tus múltiples problemas. Jamás en el tiempo que estuve a su lado le ví entristecerse por algo. Apenarse por los problemas o ser desbordado por una situación difícil. ¡Jamás!

Lloraba don Carlos Valcárcel la pérdida del amigo y decía amargamente que con Luis Fernández se nos había muerto un trozo de Murcia. No escucharé verdad más grande. Luis eran las peñas huertanas, el folklore, la Semana Santa, los auroros, los sardineros... Luis Fernández era el alma y el motor de tantas y tantas cosas que a lo mejor hoy, sin su participación, hubieran desaparecido para siempre. Seguro estoy que muchos de nosotros, en la próxima bajada a Murcia de la Fuensantiaca, estaremos buscando entre el gentío la plateada cabeza de Luis Fernández, pegado al trono de la patrona y sobresaliendo entre todos. No estará su cuerpo, pero si su

“
*Han sido mil
imágenes que
quedaron grabadas
en mi retina las
que tuve la
oportunidad de vivir
junto a él*
”

❖ EL ÚLTIMO ROMÁNTICO



El hijo de Luis Fernández, en el momento de recoger el "Tablacho de Oro 1994" a título póstumo, de manos del presidente de la Peña, Antonio Andrés Arróniz.



Luis Fernández.

alma enamorada que para siempre ha quedado prendida en los pliegues del manto de la divina señora.

Yo se positivamente que Luis no se ha marchado de Murcia. Le he visto estos días de Navidad con los aurores recorriendo las sendas de la huerta, repasando los posibles fallos del belén murciano o sentado en una butaca del viejo Romea en la muestra de Aguilandos y Villancicos de su querida Federación de Peñas Huertanas. Me niego a pensar lo contrario y me consta que su alma, enamorada como está de Murcia, ha merecido el permiso del Sumo Hacedor para pasar entre nosotros estas fiestas de alegría. Como espero también verlo delante de su Cristo de la Sangre al salir del Carmen la noche "colorá" del miércoles huertano o a las puertas de Jesús para ver el beso del sol de primavera en la frente dolorida de la Madre. Luis está con nosotros y mientras que no le olvidemos, cosa que no va a suceder fácilmente, seguirá vivo entre todos aquellos que le quisimos en vida. Esos mismos a los que nos encargó, como postrer despedida, que arrojáramos sus cenizas en la Fuensanta y después en la Catedral para abrazarse aún más a la tierra a la que entregó sus anhelos, sufrimientos, alegrías y sinsabores.

El grupo Popular en el Ayuntamiento de Murcia ha pedido para el gran radiofonista una calle. No espero menos de la sensibilidad de nuestros políticos máxime cuando ya saben quién era Luis Fernández y lo que significó para Murcia. Y todo ello sin hablar todavía de la radio, que fue su otro gran amor y por la que dejó horas y horas de absoluta entrega. Desde el enamorado narrador del "murcianísimo" al travieso "Luigi el rápido" que jugó con generaciones enteras de murcianos luchando por derrotarle y conseguir un pequeño trofeo en forma de disco. Ese fue Luis Fernández, maestro de maestros, amigo de sus amigos y ante todo MURCIANO con las letras mayúsculas más hermosas que escribirse puedan. Es el amigo y el profesor que se nos ha ido para siempre en una traidora tarde del otoño murciano, precisamente a la hora en la que el sol comienza a perderse entre la espesura de la verde huerta. Una tarde para no volver a recordar y un amanecer, próximo, en el que si Dios lo permite, volvamos a encontrarnos en una vida en la que solamente tenga cabida el amor.

Luis, compañero, maestro, amigo, espérame allá donde te encuentres y vete preparando el viejo Uher, que tenemos que grabar más murcianísimos... ■

Maruja Gallardo, casi 25 años viviendo de la radio

“Esta es una profesión que te da más satisfacciones que problemas”



¿Cuántos años en la profesión?

– Llevo casi veinticinco años en la profesión, voy a hacer las bodas de plata.

¿En qué emisoras ha trabajado?

– Empecé trabajando en una emisora de pueblo, en las radio parroquiales, concretamente en Fuente Alamo, que es de donde yo soy, después pasé a Radio Murcia entonces emisora EAJ17 asociada a la Cadena SER y allí estuve trabajando hasta que ingresé en Onda Regional de Murcia.

¿Las Mañanas, tiene unos oyentes muy determinados, ha sintonizado perfectamente con ellos, a que cree Vd. que se debe?

– Yo creo que nosotros hacemos una radio muy local, es un magazine de tres horas por las mañanas donde damos información, se hacen reportajes, entrevistas, programas divulgativos. No tenemos ningún secreto, sólo que tocamos más continuamente temas regionales.

¿Ha añorado alguna vez la SER?

– No. Yo he estado muchos años en la cadena SER y viví lo que fue la evolución de la radio, pasamos de una época en la que estaba prácticamente todo censurado a una etapa democrática donde la radio se abrió y se elaboró una radio de participación e información. Vivimos el cambio en Radio Murcia. Vino un director nuevo, el antiguo propietario la vendió a la cadena SER, esto coincidió con la etapa de la transición y prácticamente se hizo una radio totalmente nueva, de ser muy pocos profesionales pasamos a tener la plantilla más grande de toda la

región. Se hizo una programación innovadora, donde yo fui partícipe de ella. Yo creo que ésta fue la etapa más bonita que he vivido en la radio. Pensaba que cuando no estuviera en la cadena SER la iba a añorar pero la verdad es que no porque aquí en Onda Regional puedo desarrollar mi profesión perfectamente.

¿Cómo se lleva esto de la radio y ser ama de casa con hijos mayores?

– Cuando me casé ya estaba trabajando y no he dejado en ningún momento de trabajar. Creo que es habituarse, programarse, planificarse, nunca he tenido problemas, siempre he contado con personas que me han ayudado y eso es importantísimo. Mi madre ha estado conmigo y con ¿quién mejor vas a dejar a tus hijos?, que con tu madre. Tuve a mis dos hijos recién casada joven todavía que se llevan muy poquito tiempo, sólo veinte meses y como no he seguido teniendo hijos más pequeños, pues me he organizado muy bien. Tengo tiempo para trabajar, para estar en casa, salir con los amigos, en definitiva, tengo tiempo suficiente.

¿Vd. cree que la radio está politizada?

– No sólo la radio en este país. Se politiza todo.

Las radiofórmulas, ¿qué piensa de ellas?

– A mi no me gusta, lo que pasa es que es una radio que distrae, no necesita ser escuchada, la oyes y ya está, la puedes tener de fondo.

¿Cómo ve el futuro de la radio en la Región?

– Regular, debido a que las emisoras privadas están dejando muy poco espacio a los programas locales y muchos profesionales buenos se encuentran en el paro, por lo tanto la única opción que hay es irse a emisoras municipales o alegales.

Todas las emisoras despiden cada vez más gente, Onda Regional saca convocatorias ¿cómo se explica esto?

– Será consecuencia de lo dicho anteriormente.

¿Está satisfecha con su trayectoria profesional?

– Hombre, yo creo que satisfecho no está nadie, podían haberme pasado o hecho mejores cosas, pero vamos, tampoco puedo decir que está mal.

Coméntenos un poco sobre “Ha-

blando se entiende la gente”.

– Bueno, “Hablando se entiende la gente” era un programa de la cadena SER que hacíamos Enrique Ferrer y yo, surgió de una forma espontánea cuando renovábamos la programación en la etapa de la transición y pasamos a hacer una radio de participación, recuerdo entonces que llamó un vecino de Vistalegre diciendo que se había roto una tubería en una calle del barrio y quería denunciarlo y esa fue la raíz de “Hablando se entiende la gente”, después llamó otra persona y luego otra y entonces nosotros nos poníamos en contacto con el Ayuntamiento hablábamos con el concejal, nos contestaba y así se inició un programa que de durar quince minutos pasó a durar dos horas. Yo creo que fue un programa que lo conocía todo el mundo, incluso cuando alguien protestaba en cualquier departamento de la administración porque no estaba contento le decían vaya Vd. a “Hablando se entiende la gente” y quéjese. Nosotros hacíamos el programa de una forma muy personal, nos convertimos en una especie de Defensor del Pueblo, y además los cargos públicos, los políticos o la gente que tenía que dar información colaboraban estupendamente, nunca tuvimos problemas con nadie ni nadie se enfadaba y la verdad es que muchos problemas se solucionaban.

Algún momento especialmente agradable.

– Pues yo creo que la mayoría, es una profesión que te da más satisfacciones que problemas, por lo menos el tipo de radio que yo he hecho y con la gente que he trabajado.

¿Y alguna anécdota que destacar?

– Mil anécdotas que ahora mismo me pillan en blanco, me tendría que haber venido con algunas de ellas anotadas. Lo que me viene ahora a la memoria no es una anécdota más bien se puede decir una tentación de risa entre mi compañero y yo cuando leíamos la lista necrológica y nos encontrábamos con algún mote (de los que habían fallecido) que nos producían gracia, entonces para evitar esto teníamos que leerlo dándonos la espalda sin mirarnos porque sino se armaba, no podíamos dejar escapar una risa en algo tan serio y trascendente como el anuncio del fallecimiento de una persona ■

“Nuevos Aires” en el segundo aniversario de Radio Compañía

RADIO Compañía conmemora este año su segundo aniversario con el propósito de consolidar una audiencia, en muchos casos fiel, de 20.000 oyentes, según se desprende del estudio publicado por esta revista en su último número. En su estructura actual destaca la presencia de los dos nuevos responsables de la emisora y del departamento comercial, Juan Luis Vivas Navarro y Bartolomé Martínez Cabrera, respectivamente, que acompañados de una plantilla muy compensada han dotado de “nuevos aires” a esta emisora radicada en Molina de Segura. “Nuevos aires” que se traducen en una mayor seriedad y profesionalidad reflejada en su actual programación que abarca las 24 horas del día y que está dividida en tres grandes bloques:



Parte del equipo que hace diariamente Radio Compañía de Molina de Segura.

– Primer bloque: desde las ocho de la mañana hasta las cuatro de la tarde, cuyo eje central es el magazine “En buena hora” conducido por Antonio Guirao, María José Almagro y Mari Carmen Ramón, y en el que se combina la información, las entrevistas, la música y la participación en directo del oyente. Entre otros apartados destaca el primer concurso de “karaoke” radiofónico que ha conseguido un éxito sin precedentes. Como programas informativos de interés local y regional se pueden subrayar “El despertador” y “A fondo”, dirigidos por Juan Luis Vivas, que con el paso del tiempo se han convertido en foros habituales para canalizar las

demandas de los ciudadanos.

– Segundo bloque: Radio Top Fórmula, con María José Almagro, Bartolomé Martínez y Manuel Aroca. La tarde y noche de Radio Compañía es eminentemente musical. Hasta las nueve de la noche se repasan los éxitos más escuchados y solicitados por los propios oyentes. Para terminar con buen pie Manuel Aroca oferta la mejor música en “Discomanía”, concluyendo con otro programa de gran éxito: “El contestador”.

– Tercer bloque: la actualidad deportiva se repasa con intensidad desde

las 23 hasta las 00,30 horas con un gran profesional de la radio: Juan Francisco Martínez y “La Hora Sport”. Tras el deporte D.J. Josean relaja a los oyentes con “Solos en la madrugada”, un magazine nocturno en el que se atienden todo tipo de intereses musicales y concursos.

Radio Compañía cuenta con estudios modernos y bien dotados técnicamente, incluyendo una unidad móvil para retransmisiones desde el exterior. Con todo ello se ha conseguido una radio dinámica y atractiva para una amplia audiencia ■



VAJILLAS - CRISTALERIAS
JUEGOS DE CAFE

Cerámica Maribel

REGALOS EMPRESA EN CERAMICA

Huerta, 30

Telfs: 50 22 67 - 50 22 21

Fax: 52 64 65

SANTA LUCIA (Cartagena)

Emisoras ilegales, competencia desleal y profesionales en paro, temas planteados

La Junta Directiva de la ARTV-Región de Murcia se entrevista con los cargos de la Comunidad Autónoma



CON motivo del traspaso de las competencias en materia de medios de comunicación a la Comunidad Autónoma de Murcia, la Junta Directiva de la Asociación ha mantenido varias reuniones con la Presidenta de la Comunidad, María Antonia Martínez, el Presidente de la Asamblea Regional, José Plana Plana y con el Consejero de Política Territorial y Obras Públicas, Ramón Ortiz Molina.

La Junta Directiva de la Asociación informó a las autoridades, de la problemática del sector, a todos los niveles. Las emisoras de F.M. ilegales, la competencia desleal, la política de las grandes cadenas nacionales de obtener dividendos a toda costa, la reducción de personal, la contratación de personal no profesional, etc.

La Junta Directiva, también, reiteró el ofrecimiento de la Asociación, para colaborar con la Administración en las materias traspasadas ■





Javier Montejano
Documentalista

Los pasados días 16, 17 y 18 de mayo se han celebrado en Murcia las Segundas Jornadas Nacionales de Información y Documentación en prensa, radio y televisión. Organizadas por la Universidad de Murcia y la Escuela Universitaria de Biblioteconomía y Documentación.

Esta segunda edición, continúa la enriquecedora experiencia obtenida tras el primer encuentro durante las Primeras Jornadas, del mismo nombre, celebradas durante los días 13, 14 y 15 de mayo de 1992 en Murcia. Donde profesores, alumnos, empresarios y profesionales de este ámbito intercambiaron experiencias, conocimientos, ideas e innovaciones en el campo de la gestión de la información y la documentación, su almacenamiento y ulterior recuperación, en prensa, radio y televisión, como vehículo para mejorar la rentabilidad de los medios de comunicación.

Entre las intervenciones más notables dentro del ámbito de la documentación en los diferentes medios de comuni-

cación, cabe destacar la presencia de Fernando Pérez Puente –Jefe del Servicio de Documentación de RTVE en Madrid–; Ignacio Muro –Director de Departamento Comercial de la Agencia Nacional de Noticias EFE–; Miguel Angel Gutiérrez –Subdirector General de Información Tecnológica. Oficina Española de Patentes y Marcas. Madrid–; Carlota Bustelo –Gabinete Asesores Documentalistas– y María Dolores Ayuso –Directora de la Escuela de Biblioteconomía y Documentación–, entre un sinnúmero de personalidades del mundo de la documentación y su aplicación al mundo de la comunicación.

Sin duda, este amplio abanico de participantes ha servido para enriquecer y ampliar la concepción de la figura del documentalista en el marco de una organización empresarial de comunicación. Y su decisiva influencia a la hora de rentabilizar los resultados de la tarea informativa en estos mass-media, y poder ofrecer una información rápida, exhaustiva y pertinente en todo momento.

Algunos de nuestros retos en este segundo encuentro han consistido en:

- Exponer los aspectos organizacionales referentes al servicio de información y documentación en los medios de comunicación, prestando especial atención a los requisitos que debe reunir el personal adscrito al mismo.

- Atender a los resultados reales y potenciales, consecuencia de la incorporación de las tecnologías de la información en las empresas de comunicación.

- Estudiar las organizaciones empresariales de comunicación atendiendo a los flujos informativos y documentales.

Pretendiendo en todo momento ofrecer un panorama actualizado de la situación de este sector en la Región y en el conjunto del Estado Español.

Y teniendo como fin perfilar el papel del profesional de la documentación como factor productivo dentro de las empresas de comunicación, demostrando que su incorporación resulta, a todas luces, un recurso clave para su rentabilidad ■



■ ROTULOS DE TODO TIPO

■ EXPOSITORES PUBLICITARIOS

■ SEÑALIZACION INTERIOR/EXTERIOR

■ PROFESIONALES EN ROTULACION ADHESIVA

■ DISEÑO Y TRATAMIENTO DE IMAGEN CORPORATIVA

■ PROFESIONALIDAD Y EXPERIENCIA A SU SERVICIO

Calle Aledo, 4 bajo • 30010 MURCIA • Telf./Fax: 968 / 25 95 91



Alfonso Quadrado
Girona

Reality shows

La oferta televisiva ha experimentado un fuerte incremento desde la introducción de las cadenas privadas en España. Las consecuencias de este proceso no han provocado un aumento paralelo significativo en la diversidad de programas, sino más bien todo lo contrario: podemos observar cierta homogeneización caracterizada por el recurso iterativo y mimético de los cánones clásicos televisivos. Aunque casi todos los géneros clásicos (informativos, comedias de situación, concursos) gozan de buena salud, hay que destacar la alternancia sucesiva en las preferencias de los telespectadores. La aparición de los culebrones y de los Reality Shows, sin embargo, han convulsionado la esfera televisiva. El impacto fulgurante sobre las audiencias revela la existencia patente de un fenómeno social que merece ser analizado detenidamente.

Los Reality Shows, últimamente, han ascendido hasta encumbrarse en los primeros puestos de los índices de audiencia, desplazando a los concursos y a los culebrones. "La máquina de la verdad", por ejemplo, captó la atención de 4,5 millones de telespectadores de audiencia media en 1993.

En un primer acercamiento al mundo de los Reality Shows, detectamos en la ploriferación de estos programas ("Código Uno", "La máquina de la verdad", "Veredicto", "Cita con la Vida", "Lo que necesitas es amor", "Perdóname") los síntomas de una moda televisiva. Aunque podemos remontarnos a los años cincuenta y sesenta para encontrar los primeros pasos hacia este tipo de programas en Inglaterra y Alemania, respectivamente, se puede afirmar que el origen de tal éxito procede de la cadena norteamericana de Televisión por Cable "Courtroom Network Television". En efecto, esta cadena, desde julio de 1991, ha conseguido elevar el número de seguidores hasta 15 millones. Su plato fuerte consiste en la retransmisión de procesos judiciales en directo.

Estamos de acuerdo en que el término Reality Shows se aplica de forma indiscriminada sin especificar su significado, lo que da lugar a cierta confusión. Vamos a intentar avanzar una definición, siquiera sea de manera provisional: denominamos Reality Shows a aquellos programas de televisión cuya estructura se fundamenta en la narración de sucesos o de acontecimientos cotidianos por medio de sus propios protagonistas.

Estudiando la dinámica de la sociedad post-industrial en la que vivimos, nos encontramos con que los flujos de

información conforman uno de los pilares estructurales. Los medios de comunicación de masas lanzan un bombardeo continuo de información. Es difícil tener tiempo para asimilar tal torbellino. La globalización de las interrelaciones económicas y culturales entre los países, necesita, además, la vigilia de los mercados de consumo. La activación del consumo requiere en buena medida la aplicación de la tecnología publicitaria y propagandística. La televisión es un escenario privilegiado donde se pone a prueba la efectividad de la publicidad. Pero, al mismo tiempo, ésta contribuye, poderosamente, al incremento del incesante flujo de información. El telespectador cuenta, verdaderamente, con menos armas para desenvolverse en ese maremágnum icónico, ya que la dirección de la información es, esencialmente, unidireccional, aunque se atisban débiles conatos de bidireccionalidad. Mientras tanto, los publicistas buscan por doquier mensajes con envoltorio aparentemente nuevo, con el fin de retener la mirada. En el otro lado, los programadores y productores de televisión están inmersos en un proceso muy similar: la búsqueda de algo nuevo que impresione, que frene la frecuencia del cambio de cadena, que mantenga el máximo posible nivel de audiencia, que reactive el consumo televisivo.

Los Reality Shows han detenido por el momento esa búsqueda. En efecto, han encontrado el tipo de programa que satisface todos esos requisitos comerciales. Pero, además, los Reality Shows se han revelado como una auténtica mina de oro: los gastos medios de estos programas son muy bajos en relación con otros productos televisivos, mientras que los ingresos publicitarios son enormes.

Quizás la clave del éxito estribe en la puesta en escena televisiva y en la explotación del morbo popular. Este último elemento no es nuevo. Las narraciones de las desgracias ajenas están presentes en las sociedades occidentales desde sus orígenes. Los cuentos narrados oralmente en los pueblos se nutrían fuertemente de los sucesos infortunados procedentes de la propia vecindad. En Francia, a finales del siglo XVIII, las marionetas de Guignol reproducían acontecimientos dramáticos sacados de la propia realidad social. En la literatura abundan los ejemplos que emplean el morbo popular. La prensa escrita ha convertido en género periodístico (los sucesos) el tratamiento informativo de los hechos desgraciados protagonizados por individuos inmersos en el lado más oscuro de la conciencia humana.



En la actualidad, la vigencia del morbo popular corre paralelo, en buena medida, a la inseguridad y el miedo que experimentamos como individuos al enfrentarnos a la vida en sociedad. El vértigo que provoca la actividad diaria en un entorno social extraño y complejo revolucionado por las nuevas tecnologías nos arroja hacia un individualismo difícil. La observación de las desgracias ajenas parecen transmitir seguridad.

En los Reality Shows, los protagonistas cuentan lo que les ha pasado. La puesta en escena enfatiza la dramatización de la narración. Es decir, asistimos a una simulación de la realidad, que, a su vez, se sustenta sobre la simulación de lo real sucedido. La efímera aparición de los protagonistas ante las cámaras contribuye a una progresión de simulacros. Nuestra sociedad invadida por enormes flujos de información, según el sociólogo Jean Baudrillard, participa activamente en el consumo de los simulacros de la realidad que potencian los medios de comunicación de masas. Es difícil detectar hacia donde escapa la realidad ante la espiral de los simulacros.

Por otro lado, estamos de acuerdo con el experto en medios de comunicación de masas Furio Colombo, cuando adelantó la inherencia del carácter espectacular en los mensajes televisivos. Los datos procedentes de la realidad que abastecen el mercado televisivo resultan, automáticamente, desplazados a coordenadas espectaculares, debido a las propias características del medio televisivo. Los Reality Shows propulsan ese desplazamiento hasta límites que rayan la frontera de la ética y

del derecho.

La cruda realidad de la violación y asesinato de las tres niñas de Alcàsser fue fagocitada por el programa "De Tú a Tú", dirigido por Nieves Herrero en Antena 3 TV, y convertida, mediante una puesta en escena dramática, en un espectáculo que denotaba claramente una indigna intromisión en los sentimientos y una manipulación del dolor. Algunos telespectadores se quedaron atónitos ante el hurgonazo que supuso semejante tratamiento del morbo popular.

La sombra de la censura previa se ha vislumbrado en algunas manifestaciones periodísticas. De hecho, algunos jueces y fiscales han actuado previamente a la emisión de algunos programas, como "La máquina de la verdad".

También se han alzado voces en defensa de la libertad de expresión y en favor de la autorregulación de los propios medios de comunicación. En la práctica, sin embargo, el incumplimiento del código ético de autorregulación para la protección de la infancia y la juventud es patente. Una comisión del Senado, el Ministerio de Asuntos Sociales y el Fiscal General del Estado han aceptado enfrentarse al estudio de esta problemática. Pero aún no está dilucidada cuál será la fórmula de control que deberá aplicarse a este tipo de programas. Lo que sí ha quedado claro es que alguna medida coercitiva se deberá adoptar para salvaguardar los derechos de la infancia, el derecho a la intimidad, el derecho a la imagen y el derecho a la defensa, todos ellos incluidos en nuestra Constitución ■

Los títulos abarcan desde manuales profesionales hasta complejos estudios sobre los últimos avances en materia de comunicación

Tecnología de vanguardia en las últimas publicaciones del IORTV

El Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV), Centro de Formación de RTVE, a través de su Departamento de Publicaciones, ha sacado a la luz en los últimos meses nueve títulos relacionados con el mundo audiovisual.

Los textos abarcan distintos campos, desde manuales profesionales, de contenido divulgativo y al alcance de cualquiera, hasta complejos estudios sobre los últimos avances en materia de telecomunicación. Todos ellos constituyen verdaderos cursos prácticos, que pueden ser aprovechados por los profesionales para completar su formación o para reciclarse hacia otras actividades.

Profesores, alumnos y, en general, todos aquellos que sientan interés por estos temas, pueden encontrar en estos libros los últimos avances tecnológicos, las más recientes teorías, escritos siempre por especialistas en la materia de que se trate.

El fondo editorial del IORTV comprende más de 150 títulos diferentes, algunos de ellos de consulta imprescindible.

El IORTV se ha destacado por su afán de divulgar temas de comunicación y es notoria su aportación editorial en el campo audiovisual. Entre las novedades publicadas en los últimos meses, figuran cinco Manuales Profesionales y cuatro Unidades Didácticas.

MANUALES PROFESIONALES

Técnicas de post-producción de audio en vídeo y film

Autor: Tim Amyes. Ed. IORTV, 232 págs. 3.500 pts.

En los medios profesionales del cine y la televisión, el sonido ha alcanzado una enorme importancia, tanto en los aspectos estéticos como técnicos. Los avances tecnológicos han hecho que la postproducción del audio sea más sofisticada y especializada. Este libro permite conocer y entender todos los aspectos

de este proceso y a su vez explica las técnicas más actuales de la postproducción del audio en vídeo y filmación.

Periodismo electrónico

Autor: Robert Musburger. Ed. IORTV, 103 págs. 2.500 pts.

A medida que la producción de vídeo con una única cámara se generaliza y se hace popular y accesible al público en general, queda más claro que para conseguir una producción de calidad son necesarios una serie de conocimientos que no se limiten a encuadrar al sujeto con la cámara y darle al gatillo de grabación. Este libro sirve como recordatorio de las líneas maestras de los fundamentos de las técnicas de producción del periodismo electrónico, centrándose en las funciones, operaciones y responsabilidades del cámara.

El arte del audio digital

Autor: John Watkinson. Ed. IORTV, 504 págs. 5.000 pts.

El sistema digital ha alcanzado un desarrollo lo bastante sólido en su aplicación a los equipos de sonido, tanto profesionales como domésticos, como para permitir analizar los resultados. La obra describe, de la forma más clara posible, la teoría esencial del audio digital y también buena parte de la práctica. Está dirigido a todos los profesionales del sonido, ingenieros, físicos y técnicos que deseen profundizar en el campo del audio digital.

El arte del vídeo digital

Autor: John Watkinson. Ed. IORTV, 634 págs. 5.000 pts.

Este libro muestra los aspectos teóricos y prácticos de vídeo digital. El tratamiento de los temas abarca desde los niveles básicos a los conceptos más avanzados, donde el experto podrá encontrar bastantes cosas de interés, incluyendo referencias para aquéllos

que quieran profundizar en algo concreto. Libro de referencia obligada dada la importancia que esta técnica alcanzará en un futuro próximo.

Técnicas de producción de radio

Autor: Michael C. Keith. Ed. IORTV, 316 págs. 3.800 pts.

En este libro se plantea una aproximación íntegra en torno a la producción de radio. Para el autor, tanto la producción como la programación influyen en el proceso completo de mezclas finales. El libro hace un análisis de los aspectos técnicos dentro de la producción, sin olvidar los aspectos creativos de la actividad radiofónica.

UNIDADES DIDACTICAS

Sistemas de vídeo en componentes colorimétricas

Autor: Tomás Bethencourt. Ed. IORTV, 45 págs. 800 pts.

El objetivo de este libro es analizar las ventajas e inconvenientes que supone para los diversos ámbitos de la actividad televisiva trabajar con componentes colorimétricas –analógicas o digitales–, en lugar de con las señales codificadas en los sistemas NTSC, PAL o SECAM. Esta unidad didáctica dedica su contenido a la normativa informacional sobre estas señales, y a los problemas que en el plano práctico de su uso, control y medida se encuentran en las instalaciones de componentes.

Televisión por satélite

Autor: Willy de Boeck. Ed. IORTV, 170 págs. 2.200 pts.

Se trata de un libro divulgativo de la tecnología de los satélites artificiales aplicada a las telecomunicaciones que se ha convertido en una realidad que avanza día a día. En octubre de 1993, el IORTV organizó un curso-seminario sobre televisión por satélite, dirigido por Willy de Boeck ■

Ondas con pasión

Juan de Dios Martínez Mateo

VEINTE minutos de la segunda parte y el conjunto murciano domina el partido por completo, mientras el público corea su nombre.

Estas frases suelen ser habituales en el transcurso de una retransmisión deportiva en cualquiera de las emisoras de la Región de Murcia. Sus autores decenas de profesionales, narradores, redactores y técnicos especializados en eventos deportivos que logran transmitir en cada momento sensaciones irrepetibles. Apoyándose en la magia del directo consiguen conectar al oyente con su espectáculo deportivo. A partir de ese momento se conjuga un extraño cóctel entre el que se descubre el profundo poder de la sugestión a través de la imaginación. El narrador deportivo no sólo cuenta lo que está viendo, sino que subconscientemente relata cómo lo ve él. El oyente se transforma en un sujeto pasivo que va imprimiendo en su mente las palabras y los pensamientos. Es más, los altibajos en la narración del evento impactan notoriamente en el ánimo del receptor como en un cordón umbilical. Esa es, quizás la gran ventaja de la radio sobre la televisión pues el cromatismo y la plasticidad reside en la palabra y la entonación, en la destreza de una voz.

Si existe una redacción dinámica, imaginativa e innovadora por antonomasia dentro de una emisora, esa es la de informativos y dentro de ella la deportiva, no sólo en lo que se refiere a la retransmisión de acontecimientos sino en el proceder diario desarrollado en cada programa. Estas características devienen de la tremenda variedad de información que el locutor deportivo debe afrontar, desde un partido de fútbol a una carrera de caballos, un partido de tenis, baloncesto, pruebas de vela. Todos estos deportes tienen un vocabulario muy específico y obligan al redactor deportivo a un conocimiento muy superior a sus compañeros de otras redacciones como pueden ser la de política o sucesos. En esos puede cambiar el asunto, pero raramente el nivel de información léxica o estructural.

Murcia es una región prolija en acontecimientos deportivos de primera magnitud y eso obliga a los profesionales a grandes despliegues, –incluso por encima de sus propias posibilidades– sólo hay que ver el entramado que se procuran algunos en las vueltas ciclistas con micrófonos móviles por todos sitios y reemisores distribuidos estratégicamente por los montes pero todos tienen que derrochar entrega e imaginación para que el objetivo salga adelante en cada terreno.

Los murcianos no son ajenos a estos esfuerzos y lo agradecen por medio de su fidelidad con el medio que escucha. Se entabla una simbiosis en la que el oyente se identifica plenamente con lo que se le está contando y llega a modificar su propio pensamiento.

Afortunadamente todo se valora en la actualidad en su justa medida. Hasta hace bien poco las redacciones deportivas tenían la etiqueta de estar ocupadas por redac-

tores “devueltos” de otros puntos de información o que simplemente no servían para otro menester. Era una manera de desmerecer el trabajo de muchos profesionales y de los propios oyentes a los que se dirigían estos compañeros. Menos mal que alguien se dio cuenta de que los que escuchan y viven el deporte son mayoría que el programa de radio más escuchado y el periódico más vendido en España son de deportes y que muchas emisoras subsisten gracias a las elevadas aportaciones publicitarias que destilan los eventos deportivos. En fin el tiempo suele poner a cada uno donde le corresponde y, aunque casi no existe la situación anteriormente descrita, aún muchos informativos utilizan sus espacios deportivos como relleno antes de la información del tiempo. Y si hay que recortar, siempre cortan por el mismo sitio. Allá cada cual. Sirva, en definitiva, este artículo de aliento y felicitación a todos los profesionales, delante y detrás del micrófono que nos hacen disfrutar de las ondas con pasión doquiera que están, a todos aquellos compañeros que como yo, bajan el volumen del televisor para que la radio –mucho más íntima– cuente todo lo que queremos ver ■

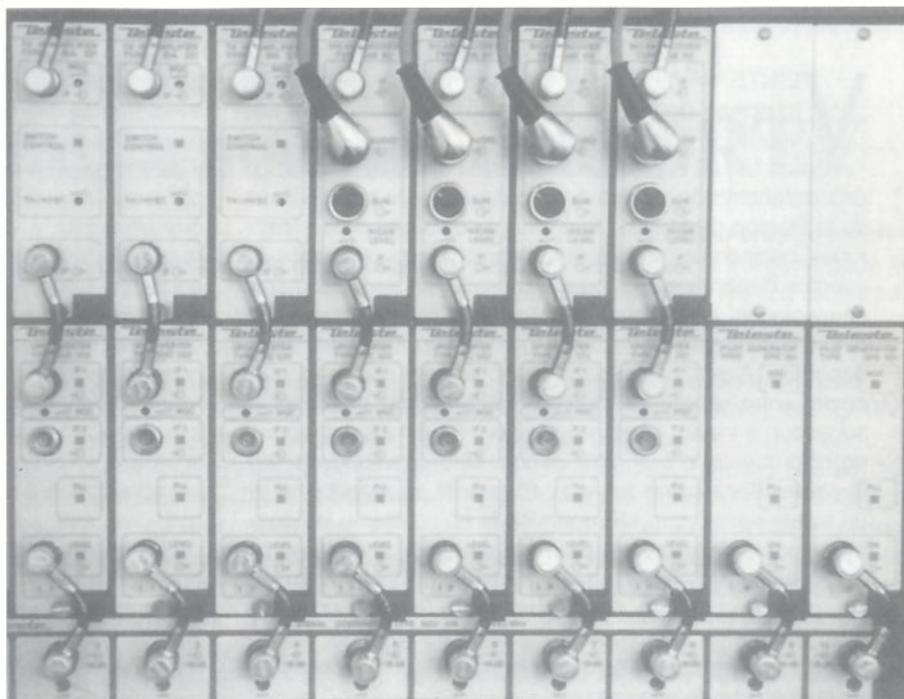
Medio	Programa	Horario	Presentador
COPE 711 OM	Libre Directo	15'00 - 15'30	Vicente Luis Cánovas
SER 1260 O.M.	En Punta	15'10 - 16'00 21'00 - 21'30	J.A. Ruiz Vivo Paco Zaragoza
ONDA REG. 105 3 F.M.	Informativos deportivos	13'30 - 14'00 19'15 - 20'00	Juan Máiquez Fernando Vera
	Boletines horario		Gregorio León
ONDA CERO 92.9 F.M.	El penalty	20'30 - 21'00	José M. Cascales
RNE R-1 855 O.M.	Muy deport.	13'00 - 13'30	(domingos) Juan de Dios Martínez
R-5 92.1 F.M. Radio 5.	Todo noticias Boletines desde	07'00 - 21'00	José María Imbernón

Opciones para legislar la TV por cable

DE nuevo escribimos sobre la actividad legislativa en España, y lo hacemos una vez más, reconociendo el profundo desajuste que existe entre la actuación del poder político y las necesidades socioeconómicas sobre cuando legislar supone ceder parte del monopolio de la opinión pública.

La dilatada carrera hacia la futura ley ha conseguido que muchos corredores de fondo se sumaran a la misma y tras un recorrido pleno de obstáculos hayan llegado a tiempo de "expirar" sus ideas al árbitro de la misma, entre otras, la de reducir el número de "calles" o pistas para mayor movimiento del espectáculo.

Seguidamente pasamos al estudio comparativo de las opciones legislativas posibles, las cuales han tratado de recoger lo más destacado de los modelos internacionales, de los cuales hablaremos en próximos números.



Componentes de una cabecera de televisión por cable.

1ª OPCION. POSPONER INDEFINIDAMENTE LA LEY DEL CABLE:

Establecer las disposiciones de la LOT: Artículo 25. Servicio público esencial de titularidad estatal, registrado en la LOT como en cualquier otra norma vigente.

– Según esta consideración sería imposible el establecimiento de televisión por cable, que posibilitaría únicamente la gestión indirecta, ya que la titularidad es estatal.

– Este panorama de la LOT, ha cambiado desde el 31-enero-94 como reconoce la sentencia del Tribunal Constitucional que pone en evidencia el aplazamiento *sine die* de la legislación que permita la regulación del sector, ya que, su ausencia no comporta una limitación sino una prohibición que supone conculcar el artículo 20 de la Constitución Española.

– Este modelo constituye un tipo jurídico de ordenación del sector.

Inconvenientes a esta opción

1°. El Tribunal Constitucional ha reconocido un derecho que no tiene un

carácter exclusivo, ya que no limita el número de operaciones. El concurso público para la concesión en uso privativo de la licencia en exclusiva, son una solución.

2°. El problema que se suscita con la entrada de una ley, nos enfrenta con el problema de diferentes tipos de operador y redes, lo que nos llevaría a la posibilidad de que el legislador ejerza la capacidad de modular las condiciones de existencia. El derecho exclusivo privativo de dominio puede llegar a chocar con la forma actual de operar.

2ª OPCION. BORRADOR DEL MOPTMA: 8-MARZO-1994; RASGOS MAS SIGNIFICATIVOS

1°. La televisión por cable es un servicio público.

2°. Puede explotarse por un operador con red propia, teniendo un servicio portador y un servicio de difusión (red + contenido).

3°. También puede explotarse por múltiples operadores sin red propia, han de contratar la red.

4°. El servicio de televisión por

cable se presta en territorio del Ayuntamiento cuando ocupa el ámbito local, siendo escalaramente la responsabilidad de C.C.A.A. o estado en función de la demarcación territorial que ocupe.

5°. El tamaño máximo de la demarcación es de 500.000 habitantes.

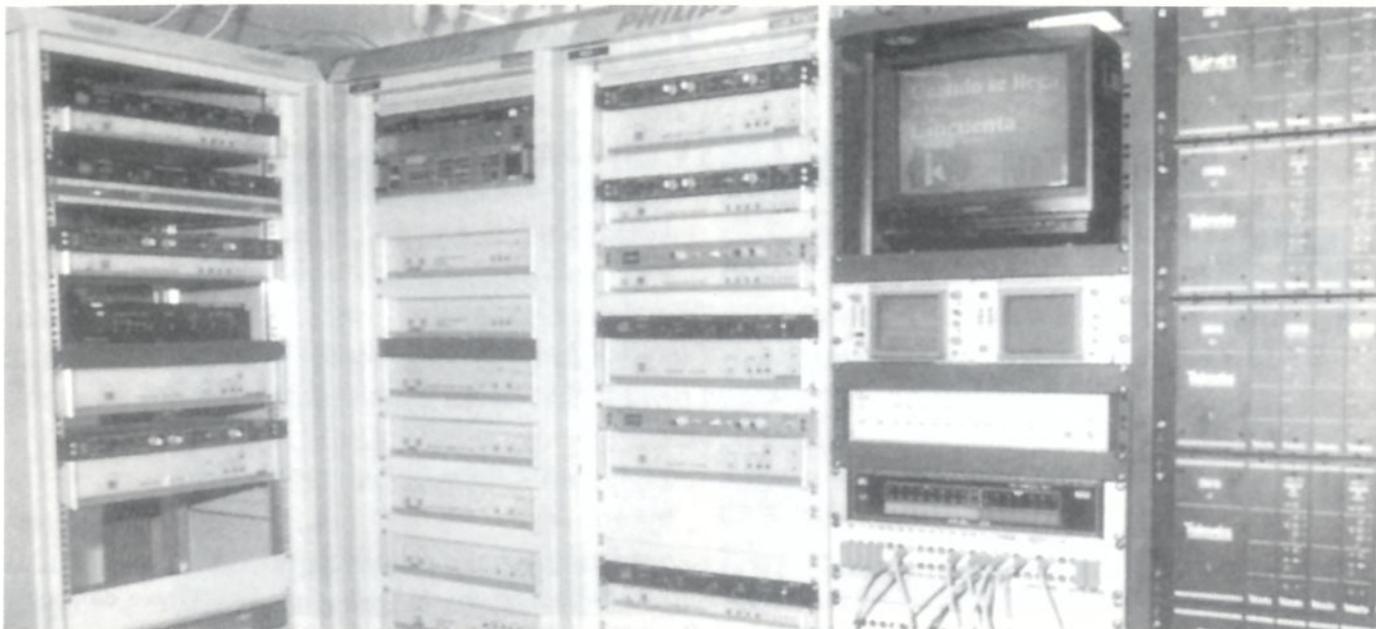
6°. El operador con red propia está obligado a prestar su red a cualquier programador que se lo solicite, siempre que haya soporte técnico, el precio estará sometido a concesión administrativa, siendo concurso público cuando haya exceso de demanda.

7°. Telefónica tiene autorización legal para operar en cualquier demarcación independientemente del número de operadores y redes existentes.

8°. El título habilitante será otorgado por la Administración, otorgándose una por demarcación además de la de Telefónica; el operador sin red tendrá que solicitar el título habilitante. Tendrán validez de 15 años.

9°. Todos los precios y tarifas requieren una autorización administrativa previa, siempre y cuando haya un único operador o una situación de predominio de mercado.

10°. Las normas reguladoras gene-



Instalaciones de televisión por cable.

rales de TV en materia de producción, cuotas de patrocinio, cuotas de publicidad se aplicarán en el cable como normas reguladoras; siempre y cuando haya un suficiente número de abonados: 50% en comunidades autónomas y 35% en todo el territorio nacional.

3ª. OPCION. GRUPO POPULAR 3-FEBRERO-1994, MODELO PRESENTADO EN LAS CORTES

1º. La televisión por cable no es un servicio público, es un servicio de interés general, así el título habilitante no es la concesión del servicio, sino una autorización por parte del Ayuntamiento que autoriza el uso de la vía pública.

2º. La ley posee medidas que permiten la entrada rápida de la industria privada.

3º. La demarcación máxima es de cien mil habitantes.

4º. La delimitación de las demarcaciones podrá hacerse de oficio o por parte de los interesados en un plazo mínimo de 3 meses.

5º. Deberán ser los operadores de

cable sociedad anónima con un capital mínimo de 75 millones.

6º. Los entes públicos, las empresas públicas o las administraciones públicas no podrán entrar como operadores de cable.

7º. El otorgamiento, corresponde a los Ayuntamientos y las comunidades autónomas, solamente.

8º. Se regula el procedimiento de licitación, dándose un plazo de un año máximo para que las partes interesadas propongan las reglas de la licitación.

9º. Se regula el supuesto del "abandono de la red", que comportará la revocación de la concesión.

10º. Concesión de 15 años prorrogables, a 5 años más, al término de los cuales se otorgará una nueva licitación a la que podrá concurrir como concesionario.

11º. Podrán solicitar autorización para el servicio tanto los operadores de cable como otra entidad que haya contratado esa posibilidad.

12º. Derecho de acceso: se regula como una obligación del propietario de la red el reservar el 25% de canales para el alquiler a otros operadores.

13º. El régimen de tarifas es abierto, comprometiéndose el licitador a no subir en el periodo más del incremento del I.P.C., al término del periodo se podrá solicitar la revisión de las tarifas iniciales.

14º. Cuota de pantalla: deberá computarse por el conjunto de canales emitidos, es un promedio de todos.

15º. Sistema de control de la concentración: no podrán concentrarse en torno al 25% de los hogares españoles.

Esta es la interpretación resumida que hacemos del marco legislativo que la TV por cable encuentra en España, podemos apreciar el diferente punto de vista que se desarrolla en cada proyecto de ley. En uno se confía en las reglas del "oligopolio controlado" y el otro confía en la propia "capacidad del mercado" para autorregularse.

Probablemente en la próxima revista, el proyecto que hoy analizamos llegue a través de más de cien enmiendas a su "mayoría de edad" y de esta forma el adjetivo alegal se convierta en el epíteto de una época ■

Guillermo Rodríguez Vilardebó

Si perteneces a la Asociación de Radio y Televisión de la Región de Murcia y deseas expresar tu opinión, tu queja, tu revindicación, tu sugerencia, etc. sobre cualquier tipo de tema puedes escribir o enviar tu fax a:

ASOCIACION RTV
José Antonio Ponzoa, 4 -3º A.
Fax: 22 19 19
30080 MURCIA

Debes indicar en tu escrito "CARTAS DE LOS ASOCIADOS". No puedes excedente de 45 ó 50 líneas de texto mecanografiadas.

El minidisc: la revolución en el estudio de radio



Sergio Huéscar
Técnico de Onda Regional

Este nuevo aparato amenaza la continuidad del magnetofón convencional, no sólo por la calidad de su tecnología digital, también por las increíbles posibilidades que tiene como editor, y por su precio competitivo.

EL minidisc está revolucionando los esquemas tradicionales en la grabación y reproducción del sonido hasta ahora vigentes. El "compact disc grabable" era muy esperado desde hacía tiempo y su lanzamiento se había estado retrasando por intereses comerciales. Por fin se incorpora al campo profesional aunque sus fabricantes se han volcado más al mercado doméstico donde encuentran más posibilidades de venta masiva. Incluso los aparatos destinados a este nivel pueden satisfacer a las emisoras que cuenten con un presupuesto modesto.

Lo cierto es que el audio apenas había progresado exceptuando la aparición del D.A.T. (que ahora queda en una difícil situación al quedar desfasado) o las ediciones informáticas en disco duro, que se han incorporado más a los estudios de grabación que a los de broadcast. Con el minidisc se da un gigantesco paso hacia adelante en el sonido, tal y como veremos en las posibilidades con que cuenta, sin entrar en complicadas definiciones técnicas.

En primer lugar, es superior porque utiliza, al igual que el compact disc, la tecnología digital para lograr una fidelidad más alta que la analógica. Ahora bien, el sistema ATRAC (código adaptable de transformación acústica) que comprime el sonido para que pueda ser almacenado en un disco de tan sólo 64 mm. de diámetro, discrimina algunas frecuencias aparentemente innecesarias haciendo lo grabado más puro. Por otro lado, al tratarse de un disco magneto-óptico (almacena la información magnéticamente y la recupera con un rayo láser reflector) no tiene rozamiento por tanto ni desgaste ni deterioro sin

existir pérdida en la calidad y se puede regrabar al menos un millón de veces.

Conviene aclarar sobre el funcionamiento de este aparato que, cada vez que se ponen a grabar, asigna un número correlativo en el orden de pistas o temas. Si volvemos a grabar una nueva información (sonido o silencio), ésta se situará automáticamente detrás de la última pista grabada sin borrar nada de lo que contenía el disco. Si queremos modificar el orden de las pistas, combinar pistas contiguas en una sola, dividir una pista en dos, o borrar una pista completa (para borrar un fragmento de pista, hay que separar primero éste en una pista independiente y borrarlo entonces), debemos de hacerlo durante la reproducción. Observamos, por cierto, algo de lentitud (5 segundos) en cambiar de la función de grabación a la de reproducción, y viceversa.

Otra de las grandes ventajas se encuentra en el acceso inmediato al principio de cualquier pista, gracias a que el minidisc tiene su propia tabla de contenidos (TOC) y "direcciones" que informan al reproductor sobre dónde dirigirse en el disco. Además cuenta con auto-cue (pausa preparada al principio del sonido) y con auto-space (pausa al principio de la pista).

Destaquemos también la capacidad organizativa que presenta el minidisc al permitir titular a través de un teclado que se le incorpora al grabador y que además es control remoto del aparato, el nombre genérico del disco y el de cada una de las pistas, tiempo transcurrido y restante, número de pistas grabadas (aunque sólo indica las 25 primeras), modulación de los dos canales, e indicaciones para la edición. El sistema EOM anuncia el final de la pista con

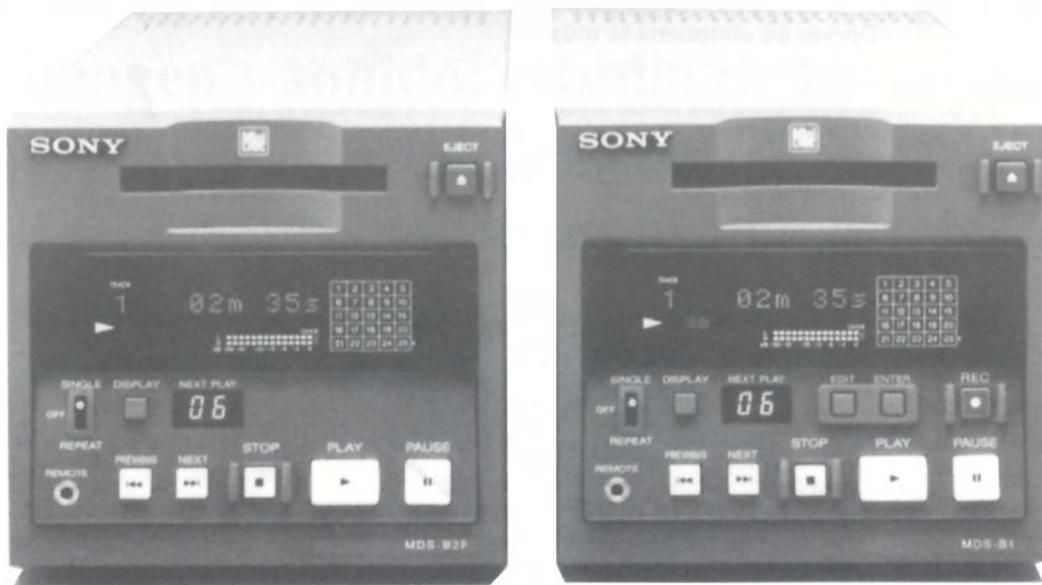
un parpadeo de los caracteres de la pantalla, durante el número de segundos que le prefijemos.

Al igual que el CD, el minidisc puede ser programado para la reproducción. Puede repetir indefinidamente una pista o todas y esto posibilita que, con una cierta habilidad, se pueden hacer sinfines ya que en el salto del final al principio de la pista no se produce silencio.

Para el técnico de control, montaje y sonido, este aparato viene a ser su "tijera electrónica" ya que le hace fácilmente lo que hasta ahora requería de una tijera, cinta empalmadora y mucha paciencia. Permite editar a base de cortar, insertar, empalmar, cambiar de orden, repetir, etc. con la gran ventaja de que realiza un previo de cómo puede quedar y podemos volver atrás si no nos interesa.

En el caso de la emisión de continuidad, el minidisc facilita enormemente la utilización del reproductor de publicidad, de sintonías, de montajes, de programas completos e incluso de cortes de voz para informativos. A los magnetofones y a las cartucheras les ha salido un duro competidor.

Para finalizar digamos que el minidisc se presenta con excelentes cualidades pero también con algunas limitaciones motivadas por tratarse de la primera generación de esta tecnología y que probablemente se vaya subsanando en los sucesivos modelos que aparezcan. Para septiembre se anuncia la aparición de nuevos aparatos semiprofesionales. El minidisc irrumpe con fuerza en una radio cada vez más tecnificada en pro de una mayor calidad de lo que se emite a través de ella ■



Reproductor y grabador-reproductor profesionales (imágenes cedidas por cortesía de SONY).



Tamaño real: el disco permanece dentro de la carcasa.



Cartucho de plástico que garantiza la protección del disco.
Disco reducido de 64 mm. de diámetro.
Las medidas del disquete son 68 x 72 x 5 mm.



Unidad doméstica de minidisc.

Dónde se almacena la música

Un MiniDisc está compuesto por diferentes partes: (1) Substrato policarbonato, (2) Capa magnética, (3) Capa eléctrica para facilitar grabación y prevenir envejecimiento, (4) Capa reflectora, (5) Capa protectora (Figura A). En el substrato se hacen unos surcos con un dibujo variable que contiene la información de la dirección, y cerca del centro del disco, el TOC almacena las pistas de localización y secuencia de las unidades de música del disco (Figure B). Este sistema permite un acceso rápido y permite cambiar el orden de lo grabado, y saltarse las partes no deseadas, borrándolo de su reproducción. También permite grabar sobrescribiendo lo "borrado" y las áreas no grabadas, mientras la canción se reordena automáticamente. Puede incluso escribir los títulos de las canciones y verlos en el reproductor de MiniDisc.

Figura A

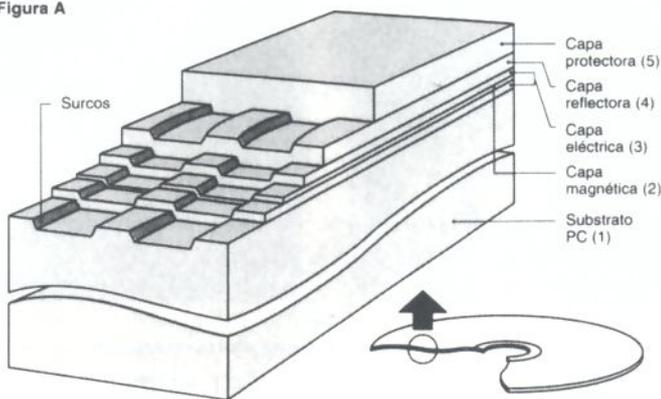
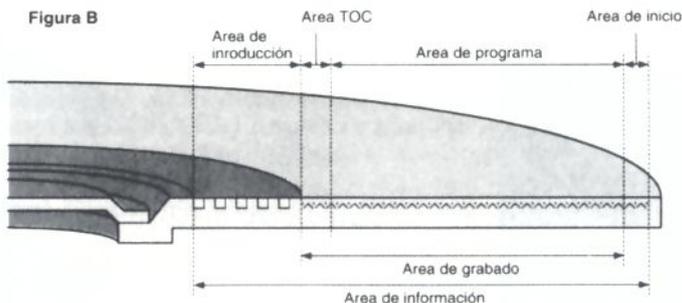
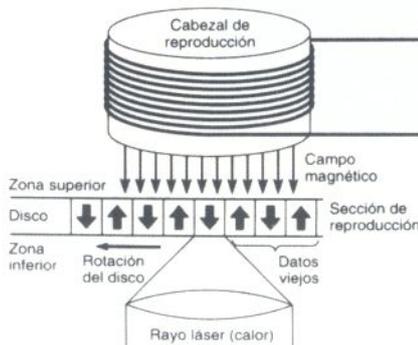


Figura B



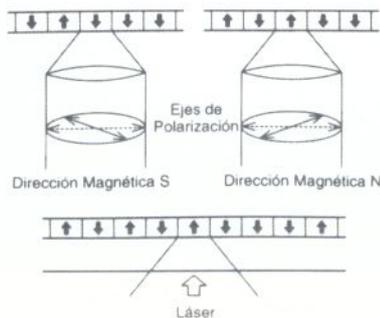
Cómo se almacena la música

Para la reproducción, el Sistema de Orientación del Campo Magnético por Sobreescripción del MiniDisc usa un cabezal reproductor (cabezal magnético) y un láser que graba y borra simultáneamente. Debajo del disco rotativo, el láser calienta un punto sensible de la capa magnética. Mientras el disco gira, el punto se enfría y retiene su nueva orientación magnética.



Cómo se reproduce la música

Para la reproducción se utiliza la energía de un rayo láser frío. Cuando se refleja desde una capa magnética del disco, la luz láser rota o se polariza de acuerdo con la orientación del campo magnético (norte o sur). El láser detecta esta polarización que se transforma en información de música digital.



La nueva formación profesional en la rama de imagen y sonido: estudio de los módulos profesionales. Experimentales I

COMO continuación al artículo publicado en la última revista de la Asociación, a partir de este número voy a ir comentando los nuevos módulos profesionales que de una manera experimental hay publicados por el Ministerio de Educación y Ciencia para la rama profesional de Imagen y Sonido y que en un corto espacio de tiempo (está previsto que antes de septiembre de 1994) queden incluidos cuando se desarrolle definitivamente la familia profesional de Imagen y Sonido.

Dentro de dicha familia profesional, aparecerán ciclos formativos de grado medio (equivalente a la actual Formación Profesional de primer grado) y ciclos formativos de grado superior (equivalentes a la actual Formación Profesional de segundo grado).

Hasta hoy, todo lo publicado para esta familia son módulos profesionales de Nivel III, que de una manera experimental se están impartiendo en algunos centros del estado español, en concreto los publicados son:

- Realización, producción y operaciones de programas audiovisuales.
- Operaciones de imagen y sonido.
- Mantenimiento y operaciones técnicas de equipos de RTV.

En este primer artículo de la serie vamos a ir comentando todo lo publicado, bien a través del B.O.E., órdenes ministeriales, circulares, etc. que hacen referencia a las condiciones, campo profesional, bloques temáticos, condiciones de acceso, etc... del módulo profesional de Nivel III:

- Realización, producción y operaciones de programas.
- Audiovisuales.

Para acceder a las enseñanzas de

este módulo profesional, se puede realizar a través de dos vías:

1ª. Acceso directo mediante certificación académica:

Tienen acceso por esta vía los aspirantes que hayan finalizado satisfactoriamente los estudios experimentales del segundo ciclo de la E.S.O., Formación Profesional de segundo grado de la rama de Electricidad, Electrónica o Imagen y Sonido o el C.O.U.

2ª. Acceso mediante prueba:

La LOGSE determina que se podrá acceder a la Formación Profesional específica sin cumplir los requisitos académicos requeridos, tras la superación de una prueba regulada por las administraciones educativas.

Podrán concurrir a la prueba de acceso las personas mayores de veinte años. El contenido de las pruebas se adecuará a los currículos de los bachilleratos aprobados por el M.E.C. La prueba constará de dos partes:

- Parte general.
- Parte específica.

La parte general acreditará la madurez en relación con las materias comunes y de modalidad de los bachilleratos y la parte específica la de las capacidades correspondientes al campo profesional de que se trate, de esta última parte quedan exentos quienes acrediten una experiencia laboral, de al menos un año, que se corresponda con los estudios profesionales que se deseen cursar.

CAMPO PROFESIONAL

Con este módulo se pretende formar

un profesional que desarrolle un trabajo en empresas de producción y emisión de programas de radio y televisión, empresas de cine, publicidad, estudios de grabación y productoras de material audiovisual, tanto del sector público como del sector privado. Ocupará puestos de mayor o menor responsabilidad según el volumen de las empresas. Deberán estar preparados para asumir con eficacia los rápidos cambios tecnológicos en este campo.

Este profesional puede intervenir en el sistema productivo como ayudante de producción, realización, dirección y/o como operador de los equipos.

Entre las tareas más significativas que tiene asignadas se pueden citar:

- Interpretar cualquier tipo de guión, libreto, etc.
- Colaborar en la confección del guión técnico.
- Interpretar adecuadamente las órdenes del productor, realizador, director y supervisar su cumplimiento.
- Confeccionar planes de producción.
- Colaborar en la distribución del presupuesto de la producción.
- Valorar adecuadamente los aspectos técnicos, organizativo y económicos del trabajo que desempeña.
- Determinar y, en su caso, obtener equipamiento a partir del guión y el presupuesto.
- Coordinar, a su nivel, el equipo humano productivo.
- Coordinar los equipos técnicos necesarios a partir de las necesidades de la producción.
- Colaborar a su nivel, en las postproducción.
- Conocer el funcionamiento de los equipos de imagen, sonido, maquinaria e iluminación.

La duración de este módulo es de



unas 1.000 horas aproximadamente, que se estructura de la siguiente manera:

a) Formación en el centro educativo: se estudia en dos bloques formativos:

– Un primer bloque de carácter transversal, común a otros módulos y formado por las áreas de:

- Formación y orientación laboral.
- Idioma extranjero técnico.

– Un segundo bloque de carácter específico formado por las áreas de:

- Producción.
- Realización.
- Equipos para la realización, producción.
- Dinámica de grupos y métodos creativos.
- Medios audiovisuales y sociedad.

Todas las áreas de conocimientos deben impartirse de forma teórico-práctica.

b) Formación en centros de trabajo (FCT): La formación en centros de trabajo se desarrollará en colaboración con las empresas y organismos de la zona de influencia del centro.

El objetivo general de la FCT es asumir la realidad laboral en sus vertientes técnica y social, para poder completar una formación académica, realizan-

do las funciones y tareas que le permitan adquirir la responsabilidad que le corresponde a su nivel.

Los objetivos específicos de la FCT es la realización de técnicas específicas y utilización de equipos o máquinas, que por su especialización, complejidad o costo no se realizan y/o encuentran en el centro educativo. El otro objetivo específico es comprender el ámbito laboral y el sistema de relaciones técnico-sociales de la empresa y/o servicio.

La distribución horaria semanal de las distintas materias que componen el currículo de este módulo profesional es el siguiente:

Una novedad importante con respecto al sistema tradicional de Formación Profesional es la posibilidad de que en los módulos profesionales impartan docencia los denominados EXPERTOS, que son profesionales de alta cualificación provenientes del mundo laboral, que podrán impartir un determinado número de horas del citado módulo, estos expertos sean contratados por el M.E.C. En general, el número de horas atribuidas a los expertos no podrá superar el 5% del total de horas del módulo. Está previsto que en breve el M.E.C. publique la orden que regula la función de este tipo de profesionales, esta orden dado el interés que para todos los profesionales tiene será objeto de un artículo específico ■

DISTRIBUCION HORARIA

Trimestres	1º	2º	3º	4º
• Formación y orientación laboral	3	3	3	–
• Idioma extranjero técnico	3	3	3	–
• Producción	6	6	6	–
• Realización	8	8	8	–
• Equipos para la producción y realización	5	5	5	–
• Dinámica de grupos	3	3	3	–
• Medios audiovisuales y sociedad	2	2	2	–
• Formación en centros de trabajo (FCT) (*: 8 semanas)	–	–	–	– *

ANTENAS 93
ASOCIACION DE PROFESIONALES DE RTV REGION DE MURCIA

D./Dª. _____ como miembro en activo de la Asociación de RTV, voto a los siguientes asociados:

PREMIOS DE DESIGNACION DIRECTA POR LOS ASOCIADOS:

- AL PROFESIONAL DE RADIO, vota: _____
- AL PROFESIONAL DE TV, voto a: _____
- AL PROFESIONAL INFORMADOR RTV, voto a: _____
- AL PROFESIONAL VETERANO RTV, voto a _____

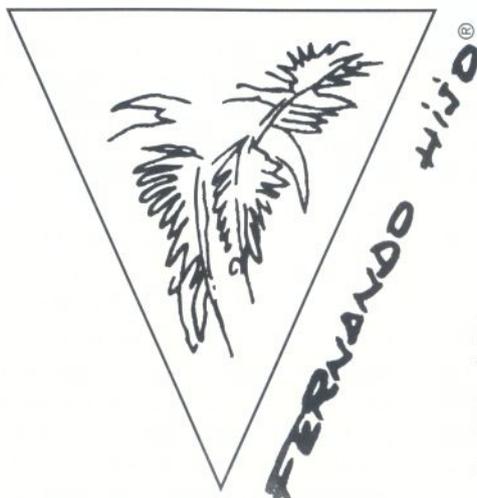
PREMIOS DE DESIGNACION POR LA JUNTA DIRECTIVA:

- PARA PREMIAR A LA PERSONA QUE MEJOR RELACIONES HA TENIDO CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION, PROPONGO A: _____
- A LA PERSONA MAS POPULAR EN ESTA REGION, PROPONGO A: _____

Te rogamos rellenes esta papeleta de votación y con el sobre que te adjuntamos nos la devuelvas antes del día 20 de septiembre. Los premios de designación de la junta directiva se harán públicos antes, teniendo en cuenta los datos recibidos hasta la fecha de su publicación.

Los profesionales premiados se harán públicos en los actos a celebrar el día 1 de octubre de 1994.

Si eres profesional de la Radio y la Televisión
o del Periodismo
y deseas ingresar en esta Asociación,
dirígete al teléfono **22 19 19**
o pasa por nuestras oficinas en la calle
José Antonio Ponzoa, nº 4 - 3º A
MURCIA



Floristas

Isidoro de la Cierva, 10
Teléfonos 968 / 21 20 90 - 21 40 66
Fax: 21 18 60
30001 MURCIA



Concha Navarro, directora de Radio Cartagena-SER

“Se puede hacer buena radio con pocos medios si hay un buen profesional detrás”

Concha Navarro Alcover nació en Valencia, proviene del ámbito docente y psicopsicológico, aunque su actividad profesional se ha desarrollado en Antena 3 desde 1982 en que comenzó a trabajar en la emisora de Valencia. Dos años más tarde se traslada a Almería para hacerse cargo de la jefatura de programas. En 1985 vuelve a la comunidad valenciana con el fin de iniciar Antena 3 Xativa. Siendo directora de esta emisora recibe el premio Guillén en 1988.

En octubre de 1989 entra a formar parte de Antena 3 Televisión como adjunta a Ramón Pradera, desarrollando tareas en la unidad de valoración, proyectos y coordinación con acciones especiales de publicidad.

En enero de 1991 se hace cargo de la dirección general de Antena 3 en la comunidad murciana.

Actualmente es directora de Radio Cartagena SER.

Relación de la radio actual con el oyente, ¿cumple, en definitiva, las exigencias del oyente en Murcia?

– Creo que no es el oyente el que pide, sino el medio el que da, y es en base a la respuesta de la audiencia donde se detecta si se está dando lo que el oyente espera o no; ya que el oyente no tiene consciencia de lo que le pide a un medio de comunicación hasta que no está dentro de ese medio, es decir, a priori el consumidor de medios de comunicación no lo tiene claro tal y como lo demuestran los vaivenes o fugas de audiencias.

Desde mi punto de vista no estamos en un país con cultura de consumo de medios, ya que todavía padecemos el culto a las personalidades y no valoramos los productos radiofónicos como un amplio palmarés de programas que se emiten durante todo un día, sino que nos quedamos con lo que nos dice un comunicador en una hora concreta. Este fenómeno, en sociología, sólo se produce en sociedades primitivas, que no tienen más autonomía intelectual que secundar a un líder de forma fanática. Concretamente Murcia no es un



Concha Navarro, directora de Radio Cartagena-SER.

mundo a parte en cuanto a las conductas del oyente se refiere, sino que es una zona muy sintomática donde se concentran de forma proverbial las caracterologías de la mentalidad del oyente español.

¿Es difícil hacer buena radio? ¿Es más un problema de los profesionales o de las partidas presupuestarias de las diferentes emisoras?

– Yo no creo que sea un problema

de presupuestos ya que se puede hacer buena radio con pocos medios si hay un buen profesional con vocación radiofónica detrás.

Aparentemente se hace buena radio pero se podría hacer mejor, como se ha hecho en otros tiempos. Todos sabemos que el fenómeno de radiodifusión española se ha estado estudiando en muchas facultades como un elemento fuera de lo normal y hemos dado muchas lecciones de radiodifusión a toda Europa. La dificultad hoy en día para hacer buena radio está en el proceso de transición y cambios, ni más ni menos. En este momento se está produciendo un proceso de readecuación de todas las estructuras radiofónicas y cuando un profesional se encuentra en un terreno movedizo, difícilmente se puede construir una estructura sólida, elaborada, etc... la inestabilidad mental y laboral que existe en este momento en las empresas de medios de comunicación, afecta lógicamente a los productos a elaborar. Yo creo que en este país se está haciendo una radio muy connotada por todo esto, se nota que el sector está tambaleante: cuando se estabilice es cuando se podrá hacer mejor radio.

¿Cuánto debe de tener un producto radiofónico de entretenimiento y cuánto de carácter informativo o formativo?

– El separar el carácter formativo o informativo de un producto con el carácter de entretenimiento es un tópico que se ha empleado mucho y es algo que en esta sociedad tan indisciplinada tendríamos que empezar a olvidar. Las fórmulas radiofónicas tienen que ser una exacta combinación de los diversos aspectos, no están reñidos: los informativos pueden ser entretenidos y formativos así como los magazines o cualquier otro producto en radio.

¿Qué es mejor, una programación creada para perfiles concretos de oyentes en franjas horarias determinadas o una radio "mixta" creada para un amplio abanico de oyentes?

– Esta es la piedra filosofal de todos los programadores en cualquier medio de comunicación, y es muy difícil encontrarla. Hay que tener en cuenta que la radiodifusión está inserta en la sociedad y ésta a su vez en las macroestructuras mundiales, las cuales se adecúan a nuevas morfologías, por lo tanto, los procesos de cambio son tan rápidos que no se pueden tipificar.

En este momento la lucha de todas las cadenas de radiodifusión es encontrar el producto más certero que le garantice audiencias mayores y estables. Se están poniendo en funcionamiento diferentes fórmulas, algunas que tienden a productos más diversos y otras que se enfocan hacia la especialización para ver si pueden encontrar más garantías, dependiendo de las audiencias entonces veremos donde está el mayor éxito si en segmentar o en popularizar.

¿Es la radio local rentable?

– Sí, y cada vez lo será más. Todo lo que sea local, próximo, inmediato interesa al oyente. Digamos que la radio local debe de ser un mecanismo de decodificación de todo lo que sucede en el exterior (a nivel regional,

nacional, mundial) relacionándolo con lo que en realidad afecta a la localidad en concreto.

Hace unos meses has pasado a ser la directora regional de Antena 3 Radio a directora de Radio Cartagena SER ¿cómo has experimentado el cambio de estructuras radiofónicas? (de empresas y de productos radiofónicos).

– Los cambios se notan, pero para profesionales como yo sin tendencias a la perpetuidad, con mucha inquietud, nos gusta el ponernos a prueba, volviendo a empezar, aprendiendo, utilizando siempre la experiencia anterior y adaptándola a nuevos elementos que integras, en cuanto a personalidad profesional se refiere.

En mi caso concreto, estoy encantada, porque es consecuente con mis propios procesos, en mi anterior etapa profesional siempre he cambiado mucho dentro de la misma empresa. Noto algunas diferencias, pero son cosas muy individuales que no tienen nada que ver con lo profesional, como escuchar la fórmula convencional en onda media, acostumbrada anteriormente a la frecuencia modulada: o trabajar con fórmulas musicales, pero en ambos casos no he notado mucho cambio ya que la estructura de gestión que hay detrás es la misma, la creación de nuevos diseños publicitarios, establecer dinámicas productivas, organizar una estructura operativa sigue siendo lo mismo tanto en la radio convencional como en la musical.

¿Cómo una de las pocas mujeres directora de un medio de comunicación en la Región? ¿Cómo ves la situación de la mujer en los medios de comunicación?

– Te comentaré como anécdota, que la primera vez, no hará mucho tiempo, que una personalidad se despidió de mi y me dio dos palmadas en la espalda para despedirse al tono y forma masculina con que los hombres se despiden, en ese momento me di cuenta con toda la fuerza de mi conciencia de feminidad, que las mujeres lo tenemos muy duro. Fíjate que gesto

tan tonto, pero que significativo, los hombres no están acostumbrados a trabajar con mujeres. Cuando también te das cuenta que por ser mujer y estar en un medio de hombres, quien más o quien menos te encuentran muchas pegas, todavía te reafirmas más en la idea de que la situación de la mujer continua siendo "dura"; porque aún no se asimila por los hombres y en ocasiones por las propias mujeres, y curiosamente éste un proceso personal al que llego muy tardíamente, porque afortunadamente gran parte de mis primeras etapas profesionales tuvieron un crecimiento sin sensación de sexismo.

En Murcia, existe una sociedad claramente matriarcal, pero tal vez a nivel de cargos ejecutivos, las mujeres no hallan llegado tanto como en otras partes de España, y entonces resulta un poco más chocante que existan mujeres en determinados puestos de dirección. Casualmente en la Región Murciana tenemos la primera mujer Presidenta de una Comunidad Autónoma, idea que no se ha vendido lo suficientemente, hay que dar ha conocer que en Murcia se halla tenido esa amplitud de miras no oponiéndose a que sea una mujer Presidenta de la Comunidad ■

M^a. Isabel de Eguilior

Rogamos a los asociados o profesionales que se encuentren en estos momentos en paro, se pongan en contacto con la Asociación en el teléfono 22 19 19 (17,30 a 20,30 horas) con el fin de poder elaborar un censo de profesionales en paro de esta Región.



Elías Ros Garrigós
Decano de la Radiodifusión
Murciana

Notas de mi cuaderno



SIEMPRE me agradó guardar "papeles viejos", así tengo mi archivo, lleno de recortes, de láminas y grabados que se relacionan con la radiodifusión, de todo ello quiero ofrecer algunas notas curiosas, que nos servirán para conocer el ayer de nuestra radio y TV.

- A finales del pasado siglo la casa "Viñas y Compañía", fabricantes de galletas, regalaban a sus consumidores una colección de estampas litografiadas, sobre posibles inventos o estado de los conocidos en el año 2000. Una de esas estampas, —que ilustra este trabajo— nos muestra claramente cómo se concebía hace cien años la radio y la televisión.

El grabado nos muestra a una cantante y como único medio de recoger

su voz y figura una cámara en forma de embudo. En el círculo una señora escucha la "retransmisión" por medio, parece ser, del teléfono, según el invento de Alexander Graham Bell, que funcionaba con batería y magneto. En el rectángulo una familia ve la "televisión" teniendo como pantalla la pared y de proyector a un indefinido aparato, la escucha, como se vé, por el procedimiento telefónico. Curiosa la contemplación de esta estampa y el tema que nos ofrece su litografía con el título de "Teatro en el año de 2000".

- La primera retransmisión que realizó Radio Murcia fue desde el Teatro Romea y al poco de ser inaugurada la emisora, año 1933, y lo hizo con medios técnicos de artesanía, hasta el punto que los aparatos se montaron en un cajón de botes de leche condensada,

naturalmente sin botes. Así nos lo contó don Arsenio, así lo cuento yo.

- Radio Barcelona EAJ-1 en sus primeros tiempos empezó a emitir en el año 1924, hacía retransmisiones de todo tipo. En el año 1925 ofreció a sus oyentes la primera retransmisión desde el Teatro del Liceo de Barcelona, destruido ahora por un incendio, ofreciendo a sus oyentes la ópera "Carmen" cantada por el gran tenor Miguel Fleta. Se dice en las crónicas de la época que tanto influyó en el público oyente que aumentó notablemente la afición a la ópera y a la radio, como es natural.

- Radio Madrid EAJ-7, y las emisoras de Unión Radio, retransmitió por primera vez una corrida de toros en la tarde del día 8 de octubre de 1925. El primer saludo torero para los oyentes

fue del fenómeno de la tauromaquia Juan Belmonte, ante un micrófono de grandes dimensiones y presentado por unos locutores elegantísimos en su atuendo, el acontecimiento así lo requería.

- Radio Sevilla EAJ-5, desde sus comienzos radió muchos espacios de "cante y guitarra", muchas fueron sus actuaciones directas con la participación de grandes figuras. En el mes de noviembre del año 1924 ofrecía a sus oyentes la actuación de la Niña de las Saetas, que cantó malagueñas, granadinas, saetas y cuplés; como colofón de la actuación de Encarnación Fernández, así se llamaba la artista, actuó

ante el micrófono el famoso "tocaor" don José Triano "El Ecijano", "tocaor" de muchas campanillas, con Don y todo.

- En aquellos años 20-30, todas las emisoras tenían orquestas, orquestinas o conjuntos musicales de menor formación. El disco sonaba bien y eran mejor los programas en directo, en las horas punta de las emisiones, así lo hizo Radio Murcia con sus colaboraciones musicales de los primeros años, don Manuel Massotti Escuder, ilustre músico y maestro de muchas generaciones y su hijo Manuel Massotti Littel, compositor y continuador de su padre en la labor de profesor del

arte de la música; maestro Antonio Acosta Raya, primer pianista de la emisora y el que más tiempo permaneció en la tarea radiofónica. En el año 1940 se forma el dúo Manuel Massotti Littel y Antonio García Rubio, el primero al piano y el segundo al violín, actuaban en las sobremesas con unos programas escogidísimos entre las obras propias de piano y violín. A estos conciertos acudían algunos amigos de la emisora, destacados en las artes y las letras, tantos como permitía el estudio de la Plaza de la Cruz. Muchas más notas tengo en mi cuaderno y las iremos contando, si Dios quiere, para nuestra revista y naturalmente, para los lectores amigos ■



VAJILLAS - CRISTALERIAS
JUEGOS DE CAFE

Cerámica **Maribel**

REGALOS EMPRESA EN CERAMICA

Huerta, 30

Telfs: 50 22 67 - 50 22 21

Fax: 52 64 65

SANTA LUCIA (Cartagena)



Meliá 7 Coronas



- Salones para banquetes
- Bar Garay, 5
- Piano-bar invernadero
- Restaurante Las Coronas
- Salones para reuniones y convenciones

Paseo de Garay, 5

30003 MURCIA (España)

Telfs. (968) 21 77 71 • 72 • 73 - Télex 67067 SIET E

Telefax: (968) 22 12 94



Silvio Crespo Ortega

Apuntes sobre el panorama audiovisual en España

PARECE ser que comienza una nueva etapa dentro de la industria audiovisual española, no sólo en cuanto a estructura sino también al surgimiento de nuevos valores cinematográficos. Nuestra industria ha estado limitada en los últimos años a la política de subvenciones y a los derechos "parche" que no incidían en los problemas básicos de los medios audiovisuales. El Decreto Semprún o el anterior Decreto Miró hacían hincapié en elementos tan positivos para la industria como la creación de guiones, por el contrario dosificaban incorrectamente las subvenciones, mantenían el monopolio de las multinacionales y posponían el control de taquilla como algo secundario.

La consecuencia más inmediata de la pasada batalla del GATT, en la que los EE.UU. rechazaban la excepción cultural del cine frente a la liberación del mercado, da lugar a la Ley de Protección y Fomento de la Cinematografía. Dicha Ley intenta fortalecer nuestra industria con la colaboración de los distintos ministerios: Cultura, Industria, Economía y Hacienda, etc... en la creación de una estructura empresarial sólida y con niveles de rentabilidad económica.

Pero esta Ley no parece cerrar todos los problemas que existen en el sector audiovisual, a las pocas semanas de su aprobación, el texto sufre nuevas modificaciones. En una de las reuniones más tensas de los últimos tiempos los productores, frente a los exhibidores, ceden cuota de pantalla prevista en un principio en "un día como mínimo de obra cinematográfica comunitaria por cada dos días de exhibición de películas de terceros países en versión doblada", por un día de cada tres de exhibición de película no comunitaria. En contraprestación a esto los exhibidores se comprometen en la aceleración del proceso de informatización de taquillas en aquellas salas de recaudación superior a 10 millones de pesetas. Posiblemente dentro de muy poco asistiremos a un nuevo cambio del texto original, sobre todo en los artículos referentes a los derechos de licencias de doblaje.

La Ley de Protección y Fomento de la Cinematografía desarrolla las limitaciones de licencias, y las recaudaciones necesarias por ingresos para la obtención de licencias de distribución que van a existir para la exhibición de películas extranjeras. También pretende dejar las subvenciones para los nuevos realizadores, que han de concederse de forma automática y anticipada, aplicar líneas de crédito con importantes desgravaciones fiscales, en un acercamiento al modelo francés de financiación: tasas sobre las entradas en taquilla, la publicidad en las televisiones, y el volumen de negocios de los vídeos. El cine francés supone el 25% de la cuota de exhibición en Francia.

Esta Ley deja intuir otras posibilidades de recuperación del sector audiovisual español. La aportación del capital privado en la producción de películas es una de las mayores realidades de desarrollo de la industria. Los nuevos productores, Trueba, Rosa Romero, Colomo o Víctor Manuel, manejan la posibilidad de convertir Europa en un mercado

alternativo al americano y donde la principal característica del nuevo productor ha de ser su movilidad en el exterior a la hora de colocar sus productos. Las producciones conjuntas a todos los niveles, exhibidores o distribuidores independientes que se basen en la información o intuición para comprar antes y mejor, puede suponer la adquisición de un material con que pisar fuerte y con la idea de primar la intención comercial y la búsqueda del público en lugar del cine de autor; esto será una estupenda fórmula para combatir la tiranía de las multinacionales.

Otra vía de recuperación del sector sería reafirmar una mayor colaboración entre el cine y la TV, con mayor aprovechamiento de los canales de amortización como el vídeo, TV satélite, TV por cable, etc... Desde las películas: "La noche más oscura", "Esquilache" y "El vuelo de la paloma" RTVE no ha mostrado una colaboración clara entre el cine y la televisión. La lucha de las audiencias desatada entre las diversas televisiones: públicas, privadas o autonómicas no ha supuesto una mayor cobertura al cine español, salvo la ligera aportación de Antena 3 quizás intuyendo la futura presión de la Ley Alborch.

Incentivar la promoción y marketing del cine español, gestionar estrategias promocionales y publicitarias que puedan situar una película en el mercado en óptimas condiciones. Las campañas frente a festivales o simplemente frente a la distribución son hoy muy limitadas, sería necesario al menos el 10% del presupuesto total para realizar una promoción adecuada.

Otra circunstancia importante para el desarrollo de la actividad profesional pasa por incentivar la escritura de guiones. Se sigue defendiendo la importancia de éstos, pero el guionista en sí está poco reconocido además de mal pagado, y es indudable que sin un buen guión el resultado no puede ser positivo ya sea vídeo, cine o cualquier otro soporte. Apoyar las iniciativas de becar la realización de guiones como hace la Generalitat, así mismo potenciar el mediometraje y cortometraje. Bajo la dirección del productor Elías Querejeta y sus inversiones en el mediometraje salieron a la luz directores como Julio Medem, Chumilla o la misma Gracia Querejeta. Las Semanas de Cine Español en el extranjero son también una buena posibilidad para dar a conocer nuestras películas o directores, desde los reconocidos internacionalmente: Almodóvar, Bigas Luna, Aranda, a los que necesitan el espaldarazo definitivo: G. Suárez, Uribe, J.L. Cuerda, hasta los más noveles: Medem, Ulloa, A. Lezkano, Mariano Barroso, Urbizu y tantos otros.

En nuestro país existen muchos jóvenes con talento, pero sin dinero es imposible dirigir por lo que todos los proyectos se dirigen a la búsqueda de ayudas. Esto no implica que haya que encaminarse en una sola dirección, existen otras fórmulas independientes que la realización de un largometraje. Hoy funciona estupendamente el cortometraje, ya sea en 35 mm. o 16 mm, y el vídeo arte ■



Matías Sánchez
Carrasco

El marco

OTRO día intentaremos desentrañar el marco legal en que la televisión se encuadra. Más que un tema de presente es una cuestión de indiscutible futuro... de la que habrá mucho que discutir.

Pero de lo que hoy se trata aquí es de algo más cercano y menos complicado. Al menos, en teoría. El marco adecuado para la pantalla de televisión, ¿ha de tener un color concreto? ¿Es indiferente que sea blanco, gris, marrón o negro? ¿Metal o plástico? ¿Madera o baquelita?

En cuanto a la determinación del color, ¿se sabe quienes intervinieron en el diseño de los primeros televisores? ¿Les dejaron manos libres a los técnicos o ya había en la industria norteamericana expertos en la materia como para determinar las condiciones del mueble?

En cuanto a los tamaños, siempre se ha dado el caso de que a mayor avance de la técnica, menos espacio para contener al invento. Y hablo de contener en el sentido de encerrar o llevar dentro de sí una cosa a otra. En el otro aspecto de contener, como reprimir o suspender el movimiento o impulso de un cuerpo, ¿quién es capaz de contener a la televisión o a la radio? He aquí dos ejemplos de cómo el hombre inventa cosas que se le pueden ir de las manos. Recordemos, para ilustrar, con el caso que más salta a la vista: la energía nuclear.

El párrafo anterior es sobradamente significativo de cómo ponerse a hablar de un tema referido a la televisión resulta como una explosión en cadena, ya que estábamos refiriéndonos a la energía nuclear. Habrá, por lo tanto, que ceñirse a la cuestión inicial. Pudiera resultar baladí eso del color y del material que enmarcan a la pequeña pantalla; pero la realidad es que, en cuanto al color, de momento nos estamos desarrollando entre blancos y grises –plastificados o metalizados– nogal o negro. (No resisto a lo de “explosión en cadena”. La palabra “cadena” si se relaciona con “explosión” de temas, pase; pero si decimos “explotación en cadena” ya encontramos mucha más relación con las televisiones).

El negro de ahora para los televisores y el gris para los ordenadores –otras pequeñas pantallas– tiene su explicación: con el negro contrastan todos los colores salvo el propio negro. No sólo contrastan los colores, sino que resaltan. Un negro mate es el marco habitual, desechados paulatinamente las maderas que daban al televisor condición de mueble más que de aparato.

Con el color negro enmarcando la pantalla de cristal parece que los fabricantes nos están diciendo que, entre la realidad que percibimos y que estamos viviendo, y la otra realidad del televisor hay una separación importante, la de la realidad vivida frente a la realidad servida.

En cuanto al tamaño la tecnología permitirá minimizar las “tripas” y agigantar la pantalla. Sólo quedará en el futuro la base o el soporte. El resto del mueble o caja desaparecerá. La pantalla tendrá un delgado marco, si es que lo tiene, pues relucirá en medio de la realidad circundante del cuarto de estar o de cualquier estancia.

Ya no será necesario pensar en un color con que enmarcar la pantalla. Eliminada la “caja” sólo tendremos el color de la “ventana”. Nunca será la del cine, sino la sempiterna claridad cristalina, en destellos cambiantes, a tenor de lo que aparece. Y he dicho “ventana” y me he reservado lo de mágica porque no hay en exclusiva pantalla o ventana mágica, ya que toda la televisión o cuanto en su torno gira se “magifica”. Y al escribir “magifica”

se me argüiría que, además, se magnifica. Depende de en qué sentido, pues la realidad que se ofrece se empequeñece en razón del tamaño de la pantalla y aún cuanto ésta fuera como la cinematográfica, lo cristalino de la televisión enfría demasiado la imagen. En el caso de las personas, en cuanto a su transformación, pudiera pensarse que el prodigio se debe al maquillaje pero tal consideración se desmonta ante un tomate o un huevo frito. En una pantalla de televisión son otra cosa, porque la televisión transforma la realidad y la hace única y exclusivamente televisiva ■

“
¿Es indiferente que sea blanco, gris, marrón o negro? ¿Metal o plástico? ¿Madera o baquelita?
”

Duelo al sol catódico

Baldo Cortón

Periodista

A propósito de los tiempos que vivimos, electoral y sociológicamente, convendría a más de uno refrescar su cerebro. Durante todo el siglo actual el mitín político ha sido la piedra angular y la clave de las campañas electorales. Estados Unidos y Francia lo han convertido en un acto profesionalizado, metódico y crucial para ganar. En estos países el partido no organiza el acto, sino que encarga a empresas especializadas.

La presencia de la televisión, no sólo en el mitín, sino en toda la campaña, es una baza crucial para cualquier político actual. El público que asiste a ese espectáculo es un mero adorno, un elemento decorativo del "show televisivo" que se ofrece en el "prime-time" de los informativos.

Un arraigado sentido del espectáculo se adueña cada 4 años de los mítines, convirtiéndolos más en un concierto de rock que en un acto político para dar a conocer a los electores el programa del partido que representa al candidato.

Los políticos comenzaron en 1960 a darse cuenta de la importancia de la televisión en una campaña electoral. En aquella ocasión John Fitzgerald Kennedy derrotó a su rival, Richard Nixon, gracias —dicen los expertos— a un debate entre ambos, televisado. Catorce años más tarde, en Francia, Valéry Giscard d'Estaing triunfó sobre François Mitterrand gracias a otro debate radio-televisado, visto por 32 millones de galos, que pudieron observar en directo como d'Estaing afirmaba de su adversario que era un carca, un fósil. Mitterrand, siete años más tarde, aprendida la lección, devolvió la jugada a d'Estaing asestándole un duro golpe, espetándole que éste era un hombre pasivo, anodino, insulso... fue aquel 1981 cuando ganó el candidato socialista.

A partir de los años 80 los debates encontraron trabas en los medios audiovisuales, que marcaron sus pautas técnicas: ningún plano de transición general entre los rivales y los periodistas, porque estaba en juego la objetividad del medio; mientras un candidato hablaba no podía "pincharse" al rival, y así hasta un centenar de pegadas, que incluían el tamaño de mesa y sillas y precauciones del equipo de imagen de los candidatos, que lo único que lograron es perder frescura y espectacularidad a los debates.

A España la moda llegó muy tarde, en 1994, con dos debates en las televisiones privadas, en los cuales los candidatos pusieron todo tipo de problemas, desde el tiempo de intervención de cada uno, al sorteo inicial para abrir fuego, pasando por los temas a tratar, mediante un cuestionario sobre el que discutieron sus respectivos ayudantes hasta el último minuto. Fue tal la expectación que en algunas regiones los candidatos respectivos por esa demarcación congregaron a sus militantes en sendos hoteles para presenciar el "combate pugilístico" y valorar posteriormente en los medios de comunicación su interpretación de lo visto. Un fenómeno que atrajo más a las masas que cualquier otro espectáculo o acto electoral.

Diez años antes de estos debates españoles, en Estados Unidos estaban escocidos de ver en la caja tonta a sus candidatos a presidentes. En 1984 Walter Mondale, espe-

ranza del partido demócrata norteamericano al final de la "era Carter", superando a Gary Hart, se topó de bruces con un veterano actor de Hollywood. Tras una abrumadora derrota Mondale congregó a los periodistas para decir: "En la política moderna hoy en día se necesita un dominio de la televisión mayor que el que yo podía alcanzar". Era la consagración del "líder electrónico", un líder que en 1933 iniciaba su singladura en una radio local de Iowa, inventándose los partidos de beisbol que no veía y se jugaban en Chicago. (Hoy existen muchos ejemplos de este tipo de caraduras en la radio regional), se trataba, como no, de Ronald Reagan, actor de cine, y gobernador de California. Aquel fabricante de medias verdades que mandó cargar contra los estudiantes del mayo norteamericano en la Universidad de Berkeley en 1965, veinte años más tarde sería el primer presidente de la primera potencia del globo que ofrecía imagen y marketing en lugar de un programa. En un debate con Jimmy Carter el 28 de octubre de 1980 Reagan sacó a relucir sus dotes de actor, asustando a más de un político de todo el mundo.

Pero centrémonos en el "duelo al sol catódico" producido en las pasadas elecciones generales del seis jota. Por vez primera la Junta Electoral Central tuvo que rectificar un contenido, el del telediario de TVE-1, que durante varios minutos emitió "sin venir a cuento de nada" un pasquín propagandístico del cantante Miguel Bosé pidiendo voto para el PSOE. Los medios de comunicación audiovisuales lanzaron su fuego pesado aquel mes de mayo de 1993 como nunca antes lo habían hecho. El sondeo del CIS daba al PP 11 escaños de ventaja tras el jueves negro en que se devaluó la peseta un 8 por ciento, la EPA daba 3,3 millones de parados y la inflación escalaba cotas inusitadas. A la par moría el primer casco azul español a la antigua Yugoslavia.

Los líderes de los dos grandes, PSOE y PP, se vieron obligados por las circunstancias a luchar frente a la cámara en un duelo que logró el 31,6 por ciento de audiencia en Tele 5 y el 29 por ciento en Antena 3 (sólo estaba por delante el partido de fútbol España-Dinamarca).

El primer debate fue el 24 de mayo en Antena 3 Televisión, visto por más de 11 millones de personas, que observaron como Aznar derrotaba a González. En la "gran revancha" que moderó Luis Mariñas en Tele 5 ambos candidatos pusieron toda la carne en el asador de cara a las urnas. José María Aznar saboreaba las mieles de un triunfo que finalmente no se produjo, porque en aquella ocasión Felipe González no dejó todo a la suerte de la improvisación. Decenas de emisoras de radio retransmitieron este duelo telepolítico a escasos días del 6-J, era un 31 de mayo.

Los medios de comunicación favorecieron con este tipo de debates el bipartidismo, como si de una pugna presidencialista se tratase. En la Región curiosamente se realizaron tandems entre emisoras y periódicos, caso de Radio Murcia de la cadena SER con el diario "La verdad" y la cadena COPE con "Diario 16" ■

IFEPA, una realidad ferial al servicio del comercio de la Región de Murcia

La proliferación de certámenes feriales en toda España que en los últimos años ha surgido, al margen de condicionamientos políticos, con lo que cada comunidad autónoma pretende tener parcela ferial, existen otras muchas motivaciones, fundamentalmente comerciales, por las que las ferias y, en especial, las pequeñas, cubrimos una parcela muy directa entre el fabricante, distribuidor, mayorista y minorista con el consumidor final.

En una situación comercial general en la que van tan encadenados la calidad, la imagen y la publicidad para que el consumidor final se identifique con el producto, hace que un importantísimo número de pequeñas y medianas empresas que no pueden llegar a los grandes medios de comunicación, T.V., radio o prensa, para dar a conocer sus productos por el importante costo que supone, hace que sus equipos comerciales se sientan en desventaja con los que pueden hacerlo.

El importante costo que supone estar en la calle visitando clientes, tanto minoristas como consumidores directos, hace que estas ferias, en las que acercamos el cliente al equipo comercial, y no al contrario, con la importancia que

tiene el asunto, donde se les muestra el producto, hecho que en muchos casos resulta imposible, si no es con catálogo, aseguran un éxito comercial que los profesionales saben perfectamente cuantificar, tanto al obtenido en la feria como en la postferia.

Las ferias pequeñas, que tenemos clara nuestra misión fundamental, es la de ampliar nuestro radio de influencia para conseguir ser punto de encuentro entre los que venden, compran y consumen.

Para conseguir todo esto hacen falta, primordialmente, instalaciones, que no pueden ser asumidas por los expositores, ya que la recaudación de cada feria debe ser utilizada en promoción de dicha feria y una parte para el mantenimiento global de las instalaciones y el personal.

IFEPA dispone de 54.000 m², de los cuales 18.000 están cubiertos, 9.000 son de exposición al aire libre y 27.000 dedicados a zonas de servicios y aparcamiento. En 1992 realiza 8 manifestaciones feriales con más de 1.000 expositores y una afluencia de público cercana al millón de visitantes.

El valor de nuestras instalaciones supera los 900 millones de pesetas y se

dispone de un equipo humano de 30 personas excelentemente conjuntado y profesionalizado.

Para ello, nos hemos visto obligados a detraer de los ingresos de nuestros expositores importantes cantidades para poder afrontar las inversiones e instalaciones, que no han podido ser utilizadas en promoción de los eventos feriales.

Las pequeñas también contamos y consideramos que, aparte de realizar un gran encuentro comercial, también contribuimos a que el consumidor se forme y cada vez consuma mejor, ayudando a formar en el futuro grandes empresas que, en ocasiones, surgen de una promoción ferial que, de otro modo, les hubiese sido imposible darse a conocer a tantos consumidores en tan breve espacio de tiempo.

Yo quiero que estas líneas sirvan para hacer reflexionar a todos los sectores políticos y empresariales, ya que en sus manos está que las pequeñas ferias podamos seguir realizando esa gran labor que, estamos seguros, repercute en toda la sociedad.

Pedro Rosa Saura
Director Gerente

¿Eres profesional de la Radio o la Televisión? ¡Intégrate en nuestra asociación!

Nombre	CUENTA BANCARIA
Apellidos.....	Núm.
Nacido en Provincia de	Caja de Ahorros/Banco.....
Fecha de nacimiento.....	Oficina
Domiciliado en	Num. Registro Profesional,
Calle Núm. Piso	en su caso
C.P. D.N.I. Tel.	Clasificación, según dicho
Lugar de trabajo	Registro
Dirección	ADJUNTAR
Situación laboral	- Currículum profesional
Categoría profesional	- Certificación de la empresa
Cargo o puesto que ocupa	- 2 fotografías carnet, color
Características de su trabajo	- Otros documentos o datos
.....	de interés
.....	

Remitir: Asociación de Radio y Televisión de la Región de Murcia
C/. José Antonio Ponzoa, 4 - 3º A. MURCIA

PREMIO DE LITERATURA INFANTIL Y JUVENIL ILUSTRADA 1995



EDICIONES DESTINO
Consell de Carr, 425
08009 Barcelona
Teléfono 285 23 05



APELLES MESTRES

BASES DEL PREMIO APELLES MESTRES DE LITERATURA INFANTIL Y JUVENIL ILUSTRADA

1 Podrán optar al Premio Apelles Mestres de Literatura infantil y juvenil ilustrada, que convoca Ediciones Destino, todas las obras ilustradas de tema libre (cuentos, cómics, narraciones, obras de divulgación histórica, artística, literaria o científica, etc.), rigurosamente inéditas, dirigidas al público infantil y juvenil. Se entiende como obra ilustrada el conjunto de texto e ilustración, que se valorarán juntos, en el cual la ilustración no puede ser accesorio, sino que ha de tener un peso específico de tanta importancia como el texto.

2 Las obras se podrán presentar en cualquiera de las lenguas del territorio español (castellano, catalán, vasco, gallego).

3 Pueden optar al Premio: a) una sola persona autora de la parte literaria y de la parte gráfica; b) dos personas, una autora de la parte literaria y otra de la parte gráfica; c) un equipo de diversas personas.

4 La cuantía del Premio para esta convocatoria será de setecientos cincuenta mil pesetas (750.000 pesetas), que constituirán un anticipo de los derechos de autor de la edición de la obra premiada. Ediciones Destino se compromete a publicar dicha obra en su lengua original y en castellano y catalán en el curso del año de la concesión del Premio. La presentación al Premio implica por parte del autor o autores la aceptación de las condiciones de contratación y publicación de Ediciones Destino.

5 El Premio se otorgará por votación de un Jurado de cinco miembros designados por Ediciones Destino. Para la convocatoria correspondiente al Premio Apelles Mestres 1995 el Jurado estará formado por «Cesco», Daniel Giralt-Miracle, Conxa Jufresa, María de la Luz Uribe y Nuria Ventura. Ediciones Destino se reserva el derecho de modificar la composición del Jurado.

6 Para la concesión del Premio Apelles Mestres será utilizado el procedimiento de eliminación a base de cinco votaciones sucesivas. Cada uno de los miembros del Jurado elegirá, en la primera votación, cinco obras. En la segunda, cada uno de los miembros elegirá cuatro obras entre las cinco que hayan obtenido más votos en la primera. Y así sucesivamente, eliminando una obra en cada votación, se llegará en la quinta a la adjudicación del Premio. Si es necesario se harán votaciones complementarias en el caso de empate entre dos o más obras. Todos estos detalles constarán en el acta de concesión del Premio.

7 El Premio no podrá ser distribuido entre dos o más obras, pero el Jurado podrá declararlo desierto si considera que ninguna de las obras presentadas posee la suficiente calidad.

8 Ediciones Destino tendrá una opción preferente para la adquisición de los derechos de cualquiera de las obras seleccionadas que no hayan obtenido el Premio y que el Jurado considere de interés.

9 Las obras presentadas deberán atenerse a las condiciones siguientes:
a) La parte ilustrativa deberá incluir todos los dibujos originales del libro.
b) En los casos en que el texto tenga que ir integrado a la ilustración, será preciso presentar el texto en un original aparte, independiente del dibujo.
c) La parte literaria, mecanografiada o a mano, perfectamente legible, se presentará en cinco copias.
d) Las obras deberán presentarse en soportes flexibles, en los formatos 28 x 21, 23 x 22 (vertical u horizontal, respectivamente) o 15 x 15 cm, o bien ser adaptables a estas medidas. Todo el material ha de presentarse dentro de una carpeta.
e) Las obras no podrán exceder de 48 páginas.
f) Las obras deberán ir firmadas por el autor (o autores) haciendo constar claramente su nombre, apellidos, domicilio y teléfono.

10 El plazo de admisión de originales terminará el 30 de septiembre de 1994 y el Premio será otorgado el día 6 de enero de 1995, juntamente con los premios Nadal de novela castellana y Josep Pla de literatura catalana. Los originales deberán ser enviados a nombre de Ediciones Destino, S.A., Balmes, 4, bajos, 08007 Barcelona, con la indicación «Para el Premio Apelles Mestres». Será extendido el recibo correspondiente.

11 El Jurado se reserva la decisión de exponer una selección de las obras finalistas en uno de los salones del Hotel Ritz la misma noche de la concesión del Premio.

12 Adjudicado el Premio, los autores que no resulten premiados podrán retirar los originales en Ediciones Destino, previa presentación del recibo, a partir del día 15 de febrero siguiente y durante el plazo de un año, a partir del cual la Editorial podrá disponer de los mismos libremente. La Editorial pondrá el máximo cuidado para conservar los originales, aunque no puede hacerse responsable de una pérdida fortuita.

BASES DEL PREMI JOSEP PLA 1995

Convocat per Edicions Destino

1 Poden optar al Premi Josep Pla, que convoca Edicions Destino, obres de prosa escrites en llengua catalana rigorosament inédites. S'intén com a prosa un text de caràcter predominantment literari, sense limitació en el gènere: novel·la, conte, relat, llibre de viatges, memòries, biografia, diari, etcètera.

2 Els originals hauran de tenir una extensió mínima de 150 folis, mecanografiats a doble espai i a una sola cara.

3 La quantia del premi per aquesta convocatòria serà de 1.000.000 (un milió) de pessetes, que s'adjudicarà a l'autor en concepte a la vegada de premi i d'anticip de drets d'autor de l'edició de l'obra premiada. Edicions Destino es compromet a publicar l'obra en el curs de l'any de la concessió del premi. La presentació al Premi implica per part de l'autor l'acceptació de les condicions de contractació i publicació d'Edicions Destino.

4 El premi serà atorgat per votació per un jurat de cinc membres que serà designat per Edicions Destino.

5 Per a la concessió del Premi Josep Pla serà utilitzat el procediment d'eliminació a base de cinc votacions successives. Cada un dels membres del Jurat elegirà, en la primera votació, cinc obres. En la segona, cada un dels membres elegirà quatre obres entre les cinc que hagin obtingut més vots en la primera. I així, successivament, eliminant una obra en cada votació, s'arribarà en la cinquena a l'adjudicació del premi. Si cal, es faran votacions complementàries en el cas d'empat entre dues o més obres. A l'acta de concessió constaran tots aquests detalls.

6 El premi no podrà ésser repartit entre dues o més obres, però podrà declarar-se desiert si el Jurat estimés

que cap de les obres presentades no posseïssin suficient qualitat literària.

7 Edicions Destino tindrà una opció preferent per a l'adjudicació dels drets d'autor de les obres presentades que no hagin obtingut el premi però que el Jurat consideri d'interès.

8 Els originals hauran d'ésser presentats per duplicat, perfectament llegibles i enquadernats, i firmats per l'autor amb expressió clara del seu nom, cognom i domicili. En el cas de pseudònim aquestes dades han d'anar en sobre apart.

9 El terme d'admissió d'originals finalitzarà el dia 30 de setembre de 1994 i el premi serà atorgat el dia 6 de gener de 1995. Els originals s'hauran de trametre a Edicions Destino, carrer Balmes, 4, baixos, 08007 Barcelona, amb la indicació «Per al Premi Josep Pla». Li serà lliurat el rebut corresponent.

10 Tots els originals presentats al premi dins el termini i en la forma deguda no en podran ésser retirats abans que el Jurat faci pública la seva decisió. La presentació al premi comporta l'acceptació de les seves bases.

11 Adjudicat el premi, els autors que no siguin premiats podran recollir els originals a Edicions Destino, prèvia presentació del rebut, a partir del 15 de febrer següent i durant el terme d'un any, a partir del qual l'editorial podrà destruir-los. No es respon de la pèrdua fortuïta d'algun original.

12 Edicions Destino no es compromet a mantenir correspondència amb els autors que es presenten al premi ni a facilitar informació sobre la classificació i valoració de les obres.

D'acord amb les bases anteriors, el Premi Josep Pla 1994 serà adjudicat la nit del 6 de gener de 1995.

BASES DEL PREMIO NADAL 1995

Convocat per Ediciones Destino

1 Podrán optar al Premio Nadal las novelas inéditas escritas en lengua castellana.

2 Las obras deberán tener una extensión mínima de 150 folios mecanografiados a doble espacio y a una sola cara.

3 La cuantía del premio será de 3.000.000 (tres millones) de pesetas, los cuales, al propio tiempo, son considerados como anticipo de los derechos de edición de la obra premiada. Ediciones Destino se compromete a publicar dicha obra en el curso del año de la concesión del Premio. La presentación al Premio implica por parte del autor la aceptación de las condiciones de contratación y publicación de Ediciones Destino.

4 El premio será otorgado por votación de un Jurado nombrado por Ediciones Destino. El Jurado para la adjudicación del Premio Nadal 1995 estará integrado por Pere Gimferrer, José María Guelbenzu, Robert Saladrinas, Andreu Teixidor de Ventós y Antonio Vilanova, que actuará de secretario. Ediciones Destino se reserva el derecho de modificar la composición de este Jurado.

5 Para la concesión del Premio Nadal será utilizado el procedimiento de eliminación a base de votaciones sucesivas. Cada uno de los miembros del Jurado deberá elegir, en la primera de ellas, tantas obras como miembros del Jurado, en la segunda votación cada uno de los miembros elegirá una menos que en las anteriores. Y así sucesivamente, por la eliminación en cada votación de una de las obras, se llegará en la última vuelta a la adjudicación del premio. Serán efectuadas las votaciones secundarias pertinentes al desempate de las obras que obtuviesen en las votaciones igual número de votos. En el acta de concesión serán detalladas las incidencias de la votación.

6 En ningún caso el premio podrá ser distribuido entre dos o más novelas, debiendo ser concedido íntegro a una sola obra.

7 Ediciones Destino tendrá una opción preferente para la adquisición de los derechos de la obra finalista o de cualquiera de las obras presentadas, no premiadas, que considere de su interés.

8 Los originales deben ser presentados mecanografiados por duplicado, perfectamente legibles y encuadrados, constando en ellos el nombre del autor y su domicilio. En el caso de los pseudónimos, estos datos deberán presentarse en sobre aparte.

9 El plazo de admisión de originales termina el 30 de septiembre de 1994. Los originales deben ser enviados a nombre de Ediciones Destino, S.A., Balmes, 4, bajos, 08007 Barcelona, con la indicación «Para el Premio Nadal». Será extendido recibo de recepción.

10 Ninguno de los originales presentados al premio en plazo y forma podrá ser retirado del mismo antes de hacerse público el fallo del jurado. La presentación al premio implica la aceptación de sus bases.

11 Adjudicado el premio, los autores no premiados podrán retirar sus originales en Ediciones Destino, previa presentación del recibo, a partir del 15 de febrero siguiente y durante el plazo de un año, a partir del cual la editorial podrá destruirlos, no respondiendo en ningún caso del extravío o pérdida de algún original. Los autores que deseen la devolución de los originales por correo deberán solicitarlo, adjuntando el recibo de recepción y el abono de los gastos que el envío ocasione.

12 Ediciones Destino no se compromete a sostener correspondencia con los autores que se presentan al Premio ni a facilitarles información sobre la clasificación y valoración de las obras.

De acuerdo con las bases anteriores, el Premio Nadal 1995 será adjudicado el 6 de enero de 1995.

BECAS PARA DISMINUIDOS

Se establece VEINTE (20) de cuantía máxima de CUARENTA MIL PESETAS (40.000 ptas.) cada una para aquellos trabajadores que tengan hijos afectados por disminuciones físicas o psíquicas a fin de asistencia a centros de verano organizados específicamente a tales circunstancias.

Estas becas significan el único pago que RTVE realizará en su caso para asistir a la actividad, siendo por cuenta del participante el traslado a la instalación desde el lugar de residencia.

Para obtener plaza en cualquiera de las actividades programadas por RTVE, o beca, habrá de solicitarse mediante el impreso existente al efecto, acompañado de los requisitos que marque la convocatoria correspondiente, la cual será publicada en todos los centros de RTVE.

Para cualquier información dirigirse al Servicio de Acción Social de RTVE, telfs. 581 69 78 ó 581 60 67 de Madrid.





Diego P. López
Nicolás

En torno a la IX Semana de Cine Español

Seis días de cine español

A pesar de sus defectos y limitaciones, las exposiciones o muestras literarias, artísticas o de cualquier otro signo creativo, constituyen hoy por hoy el medio más explícito para dar a conocer la producción personal así como las nuevas ideas y tendencias. Bajo el epígrafe de festival, certamen, semana o quincena aparecen y desaparecen eventos que tienen ese noble objetivo y que en casos muy determinados sobrepasan los límites de la mera celebración puntual. ¿Qué ha representado para el mundo literario el premio Goncourt? ¿Qué aporta a las artes plásticas la Bienal de Venecia? ¿Qué supone para la industria cinematográfica el Festival de Cannes? La trascendencia de estos certámenes está fuera de toda duda.

En un ámbito más cercano y modesto he de referirme a la Semana de Cine Español, que desde el año 1984, con un calendario de fechas irregular, viene celebrándose. Sin duda una interesante propuesta que ha merecido mayor atención por parte de las instancias públicas que la mostrada en las últimas ediciones. No es de recibo querer sacar adelante un acontecimiento como este recortando los presupuestos a extremos tales como el de la presente edición. Los quince millones de pesetas con los que ha contado la Semana viene a ser algo así como un donativo. Y no es cuestión de hacer patria, pero a nadie escapa la importancia de un festival

dedicado a una cinematografía tan maltrata como la española que, por lógica, busca la luz al final del oscuro túnel de la crisis de ideas, económica y de promoción, en la que se encuentra. Las anunciadas medidas del Ministerio de Cultura no bastan. El oscar a "Belle Epoque" tampoco.

Con la organización del colectivo cultural Mestizo y bajo la dirección de Joaquín Cánovas Belchí, que vuelve a tomar las riendas de la Semana, esta novena edición ha estado marcada por el protagonismo de los principiantes a través del denominado "Foro de los Nuevos Realizadores". Un protagonismo obligado por la escasez de recursos económicos que ha privado al certamen de algunas de sus secciones tradicionales como "La cosecha del año", -lo más destacado de la reciente producción española-, la publicación del diario de la Semana, y de modo especial la presencia de abundantes rostros famosos que son los encargados, en definitiva, de dar el conveniente "glamour" a la celebración. Ante las limitaciones impuestas, creo que ha sido una acertada decisión haberle dado a la Semana esta nueva orientación hacia lo que puede ser el futuro del cine español. Y a tenor de lo visto en las secciones de cortos y largometrajes, podríamos ya hablar de un presente. Ahí están, precisamente como testimonio, los trabajos premiados: los cortometrajes de Iciar Bolarín (el feliz descubrimiento como

actriz de Víctor Erice), "Los amigos del muerto" y "El último latido" de Javier Fernández-Caldas -me consta que este último no fue muy del agrado del ganador del Goya al mejor cortometraje, Santiago Segura, quien por cierto, con sus excéntricos comentarios se convirtió en la nota jocosa de la sección- y el largometraje "Los años oscuros" de Arantxa Lazcano.

En el haber de esta edición el empeño de descentralización llevado a cabo por los organizadores, que trasladó la Semana a Aguilas y Cartagena. En esta última se rindió homenaje al compositor de la tierra, el "maestro" Gregorio García Segura, quien con Augusto Algueró compartió el liderazgo en la música popular de la comedia de los años cincuenta y sesenta. Llegó puro en ristre, quizá para recordarnos aquello de "fumando espero", Sara Montiel, la aportación arqueológica a la Semana. Aunque para el que escribe y los espectadores que abarrotaron la sala de Caja-Murcia, el verdadero hallazgo fue proyectar "El Quijote" de Orson Welles, película rescatada hace dos años para la Expo de Sevilla.

A estas alturas la Semana de Cine Español tiene un futuro incierto. Aun habiendo demostrado su eficacia como escaparate de nuestra cinematografía y punto de encuentro y debate de sus gentes, no recibe del todo el espaldarazo oficial que le posibilite caminar con soltura ■



- Calidad y servicio.
- Ofertas especiales.
- Grandes descuentos

Abre sus puertas a los profesionales de la comunicación

Galerías Viajes



VIAJES INTERNACIONAL EXPRESO CIC MA19

Gran Vía, 42 - Telfs.: 968 - 24 07 96 - Fax: 968 - 23 15 49 - 30005 MURCIA



Mari Cruz Jiménez Serres

La promoción discográfica desde dentro

ES cierto que mucha gente va a las tiendas a "chafardear", pero la mayoría de los que van a comprar un disco saben lo que quieren.

Obviamente, cuando alguien busca un disco en una tienda es que lo ha oído antes, normalmente en la radio, y le ha gustado. Que el público conozca a los grupos para poder seleccionar sus compras es el trabajo del departamento de promoción de una discográfica.

Este departamento es el encargado de que los medios: radio, prensa y televisión, conozcan y difundan las novedades discográficas que salen al mercado, así como los conciertos, presentaciones, etc. de los grupos de la discográfica. (Al menos los que la empresa considera como objetivo).

PERO LA RELACION CON LOS MEDIOS NO ES TAN SENCILLA

"Yo quiero" es una de las frases más escuchadas por un promotor discográfico. Todo el mundo pide discos, entrevistas con artistas o informaciones varias, y el promotor tiene que saber repartir bien el material del que dispone, para conseguir la máxima difusión de los discos.

Para el departamento de promoción, existen dos tipos de discos: los que hay que trabajar en promoción y los que se venden directamente.

Las discográficas sacan al mercado muchos trabajos, y no puede darse a todos el mismo tratamiento. Algunos se apoyarán más directamente desde las tiendas, desde el departamento comercial, y otros tendrán que trabajarse más intensamente por promoción.

De todas formas, los discos que no se promocionan no hay que olvidarlos tampoco. Siempre hay alguien que te pregunta por ellos.

Pero es de los discos que entran en promoción de los que nos ocuparemos en este artículo.

EMPEZANDO POR EL PRINCIPIO

El trabajo de un promotor empieza en el momento en que la discográfica decide grabar un disco. Hay que preparar



información sobre el trabajo, conseguir fotos de los artistas, preparar a la prensa para el lanzamiento.

Cuando el disco está a punto de salir al mercado empieza el trabajo más intenso del departamento. Hay que presentar la novedad discográfica ante los medios de comunicación, preparar presentaciones del disco y ruedas de prensa con los artistas...

La intención es que, en el mínimo tiempo posible, el máximo de público (compradores potenciales) sepa de la existencia del disco y, desde luego, los medios de comunicación son los primeros en ser informados para que puedan difundir la novedad.

Para conseguir este máximo impacto en el lanzamiento hay que definir un planing: si se hace o no presentación del disco, en qué ciudad/es se hará, si hay que fabricar carteles, si precisa de campaña publicitaria en radio, prensa o televisión, con qué medios de comunicación se piensa trabajar el producto, si es necesario fabricar single de promoción, a quién e enviará en single y quién lo apoyará bien y hay que enviarle el CD completo...

En general, el trabajo de un promotor de discos puede equipararse con el de un vendedor, pero con un producto y unos compradores muy especiales. Lo que se "vende" es un grupo musical o un cantante, y el "comprador" son los medios de comunicación.

El promotor es el intermediario entre la empresa y la prensa. Nuestro trabajo

consiste en recoger información de los artistas y ofrecerla a los medios. Empieza aquí la lucha entre discográfica y prensa ya que, en general, los discos que a ellos les interesa destacar son los que a mí me interesa menos promocionar. Se impone la negociación.

LA RADIO, EL MEJOR DIFUSOR DE LA MUSICA

La radio es uno de los medios preferidos por las discográficas para promocionar sus productos ya que, para que la gente compre un disco, tiene que saber cómo suena. Eso también funciona para la televisión, pero actualmente hay pocos programas musicales en las televisiones, y es más difícil acceder a ellos.

En las relaciones discográficas-radio hay de todo, según la compañía de discos y la radio de que se trate.

No se añade nada nuevo si se afirma que las radios no son fundaciones sin ánimo de lucro, y se mueven por intereses económicos. Eso, traducido al mundo discográfico, significa que las grandes compañías siempre llegan con más oportunidades a las radios, y son mejor tratadas que las compañías independientes.

Nadie puede dudar que una empresa que dispone de cantidades millonarias para invertir en publicidad estará más mimada que otra pequeña empresa que sólo tiene presupuestado para entregar el disco a la radio, sin otro respaldo económico detrás.

❖ PUBLICIDAD DE LA MÚSICA

La relación es también diferente según se trate de una cadena de radio o una emisora local.

A la hora de trabajar con cadenas de radio hay que tener en cuenta que Madrid es la capital. Las sedes centrales de todas las grandes cadenas están en Madrid, y desde allí se centraliza toda la promoción.

Las muestras de los discos hay que entregarlas en Madrid y ellos son los que deciden si un disco merece o no entrar en la lista de éxitos de la cadena. Si el disco interesa, habrá que enviar, también a la central de Madrid, los discos necesarios para todas las radios de la cadena (para toda España). Desde la capital, los discos se enviarán a todas las emisoras. Todas ellas radiarán desde sus localidades la misma lista de éxitos decidida en Madrid.

Pero las discográficas no se ocupan sólo de las grandes cadenas de radio y las televisiones estatales. El trabajo de campo con pequeñas emisoras y televisiones municipales también es muy importante, aunque a veces se olvide.

Los medios locales, en general son más agradecidos ya que, como es lógico, el material del que disponen las discográ-

ficas se reparte primero entre los grandes medios y, lo que queda, es decir, las migajas, se entrega a las municipales.

Pero aunque con menos medios, las emisoras municipales tienen, en general, una gran difusión en sus propias localidades.

Todas las radios tienen horarios de máxima audiencia, y la lucha de las discográficas está en conseguir colocar sus discos en estos horarios. El primer puesto acostumbran a tenerlo las multinacionales, por las razones que ya hemos expuesto anteriormente. En general, las multinacionales luchan por colocar el máximo número de discos en los primeros lugares del ranking, y las pequeñas independientes se conforman con aparecer en las listas.

**PROMOCION-VENTAS,
UN MATRIMONIO INSEPARABLE**

Dentro de las relaciones dentro de la propia discográfica no puede olvidarse el matrimonio obligado entre el departamento de promoción y el de ventas. Cuanto más se promocióne un disco, más se venderá, y más tiendas lo pedirán y cuanto más se vea el producto en

las tiendas, más expectación creará entre el público.

Por ejemplo, si se prepara una presentación de un grupo en Murcia, es importante que en los comercios de Murcia pueda encontrarse el disco ya que el primer momento después de la presentación es el de mayor impacto, y cuando más posibilidades hay de venderlo.

Saber antes del lanzamiento del disco en qué localidades se promocionará más le sirve al departamento de ventas para hacer más presión ante los vendedores de ciertas zonas, para colocar mejor el producto en las tiendas.

A MODO DE CONCLUSION

Antes de finalizar, un apunte y una pequeña rectificación.

Quizás he exagerado al afirmar que todo el mundo llama al departamento de promoción para pedir. A veces, ¡increíble!, telefonean para ofrecer algo... En general, un management, un artista: "estoy en la emisora tal y tengo unos colegas que cantan muy bien".

El departamento artístico ya decidirá si son tan buenos como dicen ■

DEVORADOR DE KILOMETROS



NUEVO PEUGEOT 306 DIESEL

**El devorador de kilómetros
ya está en su concesionario.
Venga y siéntalo de cerca.**

- Motores diesel y turbo-diesel de 1.905 cc. y hasta 92 CV.
- 4,4 litros a los 100 km.
- Excepcional equipamiento y gran seguridad.

**No se pierda un ejemplar
como éste.
Conózcalo.**

SU CONCESIONARIO PEUGEOT

////// AUSSA



Ctra. de Alicante, 117
Teléfono 23 04 50*
30007 MURCIA

■ DIARIO 16 - MURCIA

Más de 4,5 millones vieron cada día el Tour en TVE-1

El Tour de Francia, conquistado por cuarta vez consecutiva por Miguel Indurain, volvió a situarse una vez más en los puestos más altos de los ranking de audiencia. Más de cuatro millones y medio de españoles siguieron diariamente desde sus hogares a Miguel Indurain por las carreteras francesas.

Las hazañas del famoso navarro han superado los niveles de seguimiento del año pasado (4,2 millones de telespectadores), y han aventajado en más de un millón y medio de individuos diarios a la retransmisión por Tele 5 del último Giro de Italia.

La emisión por la primera cadena de TVE de la vuelta francesa alcanzó una cuota de pantalla global cercana al 50 por 100. El Tour ha sido el espacio más visto en trece de los 22 días que duró la competición. Y en la última semana, se situó en el primer lugar del ranking de audiencia, excepto el sábado 23, cuando fue retransmitido por La 2.

En tres ocasiones la audiencia del Tour llegó a los 6.107.000 espectadores: en la contrarreloj Perigueux-Bergerac, que colocó a Miguel Indurain a la cabeza de la clasificación general, en la última jornada concluida por Tony Rominger de Lourdes a Luz Ardiden y en el trayecto Cluses-Avoriaz.

La emoción de las duras etapas de los Alpes hizo que la cuota de pantalla de esos días llegara hasta el 53 por 100.

Sorprendentemente, la etapa final entre Eurodisney y París, fue seguida por menor número de telespectadores, quizá por la falta de emoción ante el liderazgo absoluto del navarro. Tan sólo 4.408.000 personas vieron la última etapa, que alcanzó una cuota de pantalla del 56,1 por 100.

■ DIARIO 16 - MURCIA

La Cope, líder de audiencia según el último EGM

La cadena COPE es líder absoluto de la radio española, con 3.368.000 oyentes, según los datos de la segunda oleada del Estudio General de Medios (EGM) correspondientes a los meses de mayo y junio de 1994. La Cope supera en 333.000 oyentes a la Cadena Ser, que se sitúa en segundo lugar con 3.035.000. Inmediatamente después figura Onda Cero, con 2.399.000 oyentes.

Haciendo gala de la tradición, que obliga a tantas lecturas de los estudios de audiencia como cadenas haya, la dirección de la Ser hizo público ayer un comunicado en el que destacó que "la temporada 93/94 se cierra con el liderazgo de la Ser con 3.145.000 oyentes, seguida de la Cope con 3.125.000, según datos de la EGM". La diferencia en la interpretación radica en que mientras la Cope se centra en la última oleada del EGM, que efectivamente le otorga el liderazgo absoluto, la cadena propiedad de Prisa rescata las tres oleadas realizadas desde octubre del 93 hasta junio de este año para defender su otrora indiscutible liderazgo.

La Cope se sitúa como la más escuchada en las franjas horarias correspondientes a la emisión de los programas "Primera hora", "Directamente Encarna", "La linterna" y "Supergarcía". Este último dirigido y presentado por José María García tiene, según el EGM 1.126.000 oyentes, se mantiene como el espacio radiofónico con mayor concentración de audiencia en una sola hora.

Por programas, el liderazgo corresponde, una oleada más a "Protagonistas" de Onda Cero, que con 2.003.000 oyentes supera en casi 500.000 a su más inmediato competidor Iñaki Gabilondo y su "Hoy por hoy" de la Cadena Ser.

En lo que respecta a la radiofórmula, Cadena 100, con 782.000 oyentes, ha experimentado una subida del 41 por 100, y se sitúa en el segundo lugar entre las radio fórmulas de música joven, por detrás de los 40 Principales.

■ EL MUNDO

Inventan un sistema en Holanda que suprime la publicidad en TV

Pieter Hornix, un holandés de 38 años, ha inventado un aparato que suprime la publicidad en los programas de televisión.

El invento, al que la prensa ha denominado "el mata-anuncios", consiste en un dispositivo electrónico que se coloca detrás del receptor de TV. "Tan pronto como comienza un "spot" publicitario en el televisor, la imagen se desconecta quedando la pantalla en blanco, pero en cuanto vuelve la programación regresa la señal y se hace visible para el telespectador", explicó Hornix.

El inventor, que no piensa comercializar el aparato, trabaja en una emisora local de TV en la ciudad de Dordrecht y presentó su dispositivo en un programa de la cadena estatal holandesa en el que relató que había realizado su descubrimiento por casualidad. Añadió que llegó a su invención al comprobar que los anuncios tenían códigos electrónicos distintos a los de las emisiones normales y que de esta forma se podía programar que sus señales, tras ser identificadas, se desconectarán automáticamente.

También explicó que el costo del aparato sería de unos 180 florines (unas 15.000 pesetas) pero que no tenía intención de comercializarlo. "Yo en primer lugar sólo quería llamar la atención sobre el efecto nervioso que producen la mayoría de los "spots" publicitarios. Además sospecho que si se comercializa las emiso-



→ ras de televisión encontrarán enseñada algo para contrarrestarlo", señaló Hornix.

■ DIARIO 16

Las empresas operadoras de satélite esperan que 1994 sea "su gran año" en España

Las compañías operadoras de satélite esperan que 1994 sea el año que les permita comprobar la tendencia de un mercado, el español, que consideran casi virgen. La introducción de la televisión vía satélite, ha comenzado a acelerarse claramente en los últimos meses, según la Sociedad Europea de Satélites (SES), que opera con el sistema de satélites Astra. Albert Martí, director general de Astra Marketing Ibérica, calcula que el ritmo de adquisición de equipos receptores ha aumentado en un 40 por 100, ya que en septiembre pasado se compraron 6.000 antenas y en los primeros meses de este año, las compras aumentaron a 10.000 por mes.

Canal + ha sido la primera cadena española que ha ofrecido programación vía satélite, aunque todavía este sistema encuentra problemas jurídicos, ya que sus programas llegan en vídeo a Luxemburgo, sede de la SES y desde donde se envía la señal a los satélites Astra para su distribución a toda Europa. Sin embargo, el director general de la compañía, Pierre Meyral cree que las negociaciones que mantienen con el Gobierno español permitirán superar esta dificultad próximamente.

Empiezan las emisiones experimentales de las cuatro televisiones españolas con canales en el Hispasat, TVE, Antena 3-TV, Tele 5 y Canal + inician, por tanto, una fase de emisiones de prueba que se extenderán hasta el mes de septiembre, cuando legalmente estarán obligadas a emitir a través de este satélite. A partir de ese momento, las emisiones de las tres cadenas privadas y de TVE-1 serán codificadas, para lo cual todas ellas han decidido crear

una sociedad que facilite su comercialización.

La competencia de los operadores de satélites se podrá ver, por tanto, en estos próximos meses.

■ DIARIO 16

Las TV locales no podrán contratar publicidad de carácter electoral

El Ministerio de Obras Públicas y Transportes ha modificado el Anteproyecto de Ley sobre Televisión local por ondas terrestres, que había salido de este departamento. El aspecto más novedoso es la nueva Disposición Adicional Primera, en la que se afirma que no podrán contratarse espacios de publicidad electoral en las emisoras de televisión local por ondas terrestres gestionadas indirectamente mediante concesión. Tampoco podrán contratarse espacios de publicidad electoral en las emisoras de televisión local por ondas terrestres gestionadas directamente con los ayuntamientos.

En cambio, el anteproyecto establece que los partidos, federaciones, coaliciones y agrupaciones que concurren a las elecciones municipales tendrán derecho, durante la campaña electoral, a espacios gratuitos de propaganda en las emisoras de titularidad municipal de aquellas circunscripciones donde presenten candidaturas.

■ A B C

Las autonómicas reflexionan sobre el contenido de sus programaciones

"La aparición de las cadenas privadas y sus modelos comerciales de programación han traído una benefi-

ciosa consecuencia para el sector público: la audiencia se está cansando y echa en falta unas cadenas públicas que no se limiten a competir", aseguró el presidente de Telemadrid, José Antonio Moral Santín.

Moral Santín, que inauguró la IX Conferencia de Organismos Autónomos de Radio y Televisión, se mostró partidario de la coexistencia de las cadenas públicas y privadas y añadió que "¡pobre país el que no contase con operadores públicos!". Y les ahorro el recorrido por esas rejillas de programación de las privadas, completamente intransitables debido a la "telebasura".

La representante de Canal Sur Televisión, María Teresa Garrido, hizo examen de conciencia y se mostró partidaria de una mejora en la calidad de la programación de las televisiones públicas, "ya que debemos tener como principal objetivo la implantación definitiva con una programación que nos haga más atractiva".

Garrido añadió que se debe acabar con la "telebasura" y dar más información sobre la realidad regional "una televisión pública sólo tiene sentido si realiza un servicio de interés general. No podemos estar obsesionados por la audiencia sino por la información, sin dejarnos llevar por el éxito efímero de las cadenas privadas".

■ DIARIO 16

Las autoridades norteamericanas creen que la violencia ha descendido en la televisión

El Gobierno norteamericano cree que las medidas que han tomado las cadenas de televisión para reducir la violencia en la pequeña pantalla han comenzado a funcionar, según reconoce la Fiscal General, Janet Reno, la mujer encargada de supervisar

→ que la pequeña pantalla esté limpia de sangre.

Reno es la paladina de una televisión más familiar, con menos asaltos, violaciones y disparos y prefiere programas educativos y culturales frente a las series que cuentan los muertos por minutos. La ministra de Justicia ha reconocido recientemente en una comisión del Senado que no sabe nada de televisión, que su papel no es supervisar los contenidos. "Eso corresponde a las cadenas, pero las medidas tomadas por la industria parecen funcionar", dijo la ministra, que en sus ratos libres ha dicho que hay menos muertos, ataques a mujeres y niños y las pistolas parecen más silenciosas.

Según Reno, la presión del Gobierno y del Congreso ha llevado a los guionistas y directores a rebajar el número de actos de violencia en las películas y ha obligado a las cadenas a prevenir a los padres sobre el contenido de las películas que ven junto con sus hijos.

El Congreso norteamericano debate en este momento 10 leyes para reducir la violencia en la televisión nacional y por cable, a la que muchos culpan de ser la que más llena las pantallas de sangre. Según un ranking de los "shows" más violentos, 9 de los 10 más conocidos por su dureza son de la televisión por cable.

La industria de la televisión mantiene que son las armas y la pobreza las culpables de la violencia en la calle y no las imágenes que aparecen en la pequeña pantalla. Al aceptar, a la fuerza, revisar sus contenidos, la televisión dice que el Gobierno quiere crear un sistema de censura indirecto que afecta a la creatividad y a la libertad de expresión de la industria.

La violencia en la televisión norteamericana es una vieja amiga de los congresistas que llevan debatiendo el asunto más de 40 años. En los últimos meses, debido al gran número de muertos en las calles y a que muchos espacios han superado todos los niveles aceptables, el

Gobierno se ha decidido actuar con más fuerza.

Entre las medidas aceptadas por la televisión nacional está la creación de un ranking de programas violentos y la introducción al comienzo y en los intermedios de un aviso de que las películas emitidas contienen imágenes violentas. Las grandes cadenas como ABC, CBS, NBC y Fox ya no quieren llegar a más y el cable ha ofrecido la colocación de un chip en los televisores para que los padres puedan bloquear los espacios no aptos para sus hijos.

■ DIARIO 16

El fútbol golea en junio

El Mundial de Fútbol, se ha situado en junio en los primeros puestos del ranking de audiencia. El programa más visto de todo el mes, según datos de Sofres, facilitados por RTVE fue el partido que enfrentó a España y Alemania. Nada menos que 11.696.400 telespectadores animaron a la selección española desde sus hogares.

El segundo puesto del ranking también corresponde a un partido de fútbol, el España-Bolivia, que fue visto por 11.581.000 personas. Estos dos encuentros han batido sendos records, y se han convertido en los programas con mayor audiencia de 1994.

Este masivo seguimiento del Mundial de Fútbol USA ha supuesto la caída del primero puesto de programas hasta ahora imbatibles, como el de Isabel Gemio.

"Lo que necesitas es amor" ha sido relegado por primera vez del puesto número uno, que había ocupado durante varios meses, y ha pasado al quinto, detrás de "Ay, Señor, Señor", otro de los grandes éxitos de esta temporada, que también ha sido eclipsado por el fútbol.

De los cuarenta programas más vistos del mes de junio, veinte corresponden a TVE-1 (nueve eran parti-

dos de fútbol del Mundial), trece a A-3, cinco a La 2 y tres a Tele 5.

■ EL MUNDO

Pérez Reverte responde a TVE: "Que os den morcilla, Ramón. A ti y a Jordi García Candau"

El periodista Arturo Pérez Reverte envió una carta al director general de TVE, Ramón Colom, en la que dejaba claro que su paciencia se había colmado, después de que Colom mandara a los servicios jurídicos del Ente su último libro, "Territorio Comanche", porque consideraba que contenía suficientes indicios como para acusar al periodista de justificar gastos con facturas falsas.

"Estoy harto de tus jefes y de tí. Así que puedes tomar esta afirmación como motivo para abrir otro expediente más serio, por desacato, en lugar de esa estúpida parodia. Te regalo como ves, veintiún años de antigüedad en el Estado (12 en Pueblo y 9 en TVE) a cambio de mi dignidad y mi vergüenza, palabras cuyo sentido te hago honor de imaginar que conoces. Que os den morcillas, Ramón. A tí y a Jordi García Candau". Pérez Reverte anunció a este periódico que no estaba dispuesto a dejar empañar su carrera.

"Me voy a mi casa a escribir novelas donde no tengo jefes que me hagan jugadas sucias", adelantó.

"Lo que ocurre -continúa Pérez Reverte- es que mi novela ha sentido mal en la dirección de TVE y por esto están vertiendo injurias que me desagradan".

Reverte negó en todo momento que los empleados de TVE tuvieran ninguna queja sobre el libro. "La gente está encantada. Hay algunos a los que no les ha gustado, pero hay otros a los que les ha parecido bien".

Respecto al cámara que falleció de sida y al que en la novela se le

→ aludía como un joven que murió tras “haberse bebido y cepillado todo”, el escritor explicó que esa frase estaba sacada de contexto y que la mención a su compañero se hacía con mucho respeto.

“Mi libro es un homenaje a esta profesión, y en él queda bien todo el mundo”, aclaró el periodista.

Pérez Reverte ha asegurado que no piensa volver a TVE y que será su abogado, “cuando lo busque”, quien se encargue de recoger sus objetos personales y de negociar con la empresa. Y mantiene que esta decisión la ha tomado sin el respaldo de ninguna oferta.

“Me voy al paro. En estos momentos no tengo ninguna oferta”.

Reverte, que ha destacado por su labor en TVE como corresponsal de guerra —recibió el Premio Príncipe de Asturias de periodismo el pasado año por su información acerca de la guerra de la ex Yugoslavia—, abandonó Código uno, tras declarar en unas Jornadas organizadas por la Universidad de Navarra que su programa “contenía basura”.

En aquella ocasión mantuvo que hubo momentos en ese espacio que le produjeron vergüenza, como cuando se retransmitió el suicidio de una menor.

Tres meses y medio más tarde, el 26 de febrero de este año, Reverte anunció que abandonaba Radio Nacional por negarse a aceptar el cambio de horario y de día de su espacio La ley de la calle, que se emitía, desde hace cinco años, todos los viernes de 0,30 h. a 2 h. de la madrugada. El espacio había sido galardonado en 1993 con el premio Ondas.

“El programa goza de una audiencia fija, con amigos que nos siguen desde hace cinco años. Por eso, no puedo aceptar estos cambios. Si emiten el programa de madrugada es como dejarlo morir y cambiarlo a los sábados —como le ofreció el director general de Radio Nacional, Diego Carcedo— tampoco tiene sentido”, declaró entonces Pérez Reverte.

El periodista cree que desde que

dejó Código Uno, “el ambiente se ha enrarecido bastante.

Por su parte, TVE no quiso hacer declaraciones.

■ EL PAIS

El Congreso de EE.UU. reconoce que la televisión dicta la política exterior

¿Ha cambiado la CNN la política exterior de Estados Unidos y de otros muchos países del mundo? ¿Llegan las imágenes de la televisión a decidir en qué países se interviene y en cuáles no? Las decisiones sobre Somalia, Bosnia, Haití... ¿son, en realidad, tomadas por la fuerza de las imágenes televisivas? ¿Tienen los periodistas más poder que los políticos para orientar la actuación de sus Gobiernos en una u otra dirección? Al análisis de estas preguntas ha decidido una sesión la Cámara de Representantes de Estados Unidos. Una de sus conclusiones ha sido que, lamentablemente, las cadenas televisivas dictan en muchas ocasiones las agendas de los políticos.

Junto con los políticos, debatieron esta cuestión el periodista Ted Koppel, de la cadena ABC; el empresario Ted Turner, propietario de la CNN, y otros especialistas.

“La televisión puede educar al público, centrar su atención en unos asuntos y olvidar otros, puede dar a los líderes del mundo la capacidad de comunicarse entre sí en periodo de crisis. Pero obliga también a los responsables políticos a tomar decisiones rápidamente, quizá demasiado deprisa. La televisión permite a los medios de comunicación establecer las agendas políticas”, concluye el presidente del Comité de Relaciones Exteriores de la Cámara Lee Hamilton. “Las imágenes del informativo de esta noche tendrán más repercusión en las decisiones políticas de mañana que todo lo que los diplo-

máticos puedan decir o el Congreso hacer”, considera el congresista Toby Roth.

El debate, obviamente, no puede quedar cerrado, con una serie de conclusiones indiscutibles. El asunto es tan vivo y polémico como rápidos son los avances tecnológicos que amplían el espacio de la televisión. A lo largo de la discusión se hizo evidente que la aparición de la televisión por cable, el desarrollo de la televisión en directo, la llegada de las cámaras a países y lugares inaccesibles hace pocos años han modificado por completo el esquema de la toma de decisiones en política exterior.

Los gobiernos occidentales se vieron obligados a enviar tropas y ayudas a Somalia después de que las imágenes sobre la población hambrienta en ese país amargara las cenas de europeos y norteamericanos. En Sudán, el hambre es la misma, pero el Gobierno sudanés impidió el acceso a las cámaras, y eso evitó la intervención.

EE.UU., después, se vio obligado a retirar sus tropas de Somalia cuando los norteamericanos vieron las imágenes de los cadáveres de sus soldados arrastrados por las calles de Mogadiscio. Ambas decisiones no se tomaron libremente en la Casa Blanca, sino como mera respuesta al ambiente creado por la televisión.

Es fácil también imaginar que la OTAN no hubiera movido un sólo dedo en Bosnia sin la cascada de imágenes sobre las crueldades serbias. Igual que se puede suponer que la guerra civil española no hubiera durado tres años si los franceses, los británicos y los norteamericanos hubieran presenciado en directo los fusilamientos en las plazas de España.

Los jefes de Estado utilizan la televisión para enviar mensajes a otros países. Los grupos de presión, incluso los terroristas, se aprovechan de la televisión para empujar a la opinión en favor de sus puntos de vista. Los congresistas norteamericanos reconocieron que la presión creada por la televisión puede ser insostenible para los políticos.

Listado televisiones locales

Región de Murcia

TV Vídeo Antena María Maroto, 5 bajo. 30007 Murcia. D. Manuel Labella - Telf.: 23 82 20

Teledistrito 4 Vinadel, 3. 30004 Murcia. D. José Núñez Mayo. Telf.: 21 77 96

Vídeo C. del Sureste, S.L. Pepe de Santos, 26 bajo. 30820 Alcantarilla (Murcia). D. Jaime González. Telf.: 80 64 61

Teledistribución Algezares Progreso, 2 bajo. 30157 Algezares (Murcia). D^a. Encarnación Máiquez. Telf.: 84 05 91

Tele Alhama, S.L. Roque Sánchez Javaloy, 1 bajo. 30840 Alhama (Murcia). D. José M. Guerrero. Telf.: 63 90 35

Vídeo Cap. Moreras, 8. 30840 Alhama (Murcia). D. José Ruiz. Telf.: 63 06 37

Felipe Alcaraz. Adrián Viudes, 15-1º. 30570 Beniaján (Murcia). Telf.: 82 44 33

Tele Canal 2 Plaza 18 de Julio, 3. 30540 Blanca (Murcia). D. José Toledo. Telf.: 77 85 85

Roque Fernández Calderón de la Barca, 1 bajo. 30180 Bullas (Murcia). Telf.: 65 32 71

Tele Aguilas, S.L. Torre de Romo, edf. Carrascoy blq. C. 30011 Murcia. D. Guillermo Rodríguez. Telf.: 34 05 09

TV 1530, S.L. Avda. Juan Ramón Jiménez, 66. 30420 Calasparra (Murcia). D. Antonio Jiménez. Telf.: 72 08 95

Vídeo C. Caravaca, S.A. Gran Vía, 31-1º. 30400 Caravaca de la Cruz (Murcia). D. Diego García Blaya. Telfs.: 70 33 42 - 71 13

Teledolores Particular de Recoletos, 4-2º. izqda. 30205 Cartagena (Murcia). D. José Antonio Coca Rocha. Telf.: 51 14 98

Importele-Vídeo, S.A. Ctra. de Murcia, 37-1º. 30430 Cehegín (Murcia). D. Santos Martínez. Telf.: 74 11 00

Juan P. Cánovas Alcayna Barcelona, 22. 30609 Churra (Murcia). Telf.: 30 08 87

Tele-Red, S.A. Ello, 4-1º C. 30540 Cieza (Murcia). D. Juan García Egea. Telf.: 45 34 92

Tele, 2 S.L. Corredera, 20 bajo. 30831 Javalí Viejo (Murcia). D. Jesús P. Zapata Sandoval. Telf.: 80 09 53

VC-92 Montalbán, 49. 30892 Librilla (Murcia). D. José Martínez Perón. Telf.: 65 80 68

Lorca T.V., S.L. Pérez Casas, 100. 30800 Lorca (Murcia). D. Isidro Molina Caballero. Telf.: 46 88 23

Llorci TV, S.L. Huertos, s/n. bajo. 30564 Lorquí (Murcia). D. Antonio García Vidal. Telf.: 69 06 63

Lorquí TV Quevedo, 3-1º J. 30564 Lorquí (Murcia). D. Guillermo Latorre. Telf.: 69 24 47

Canal 7 C.B. Camino Tiñosa, 82. 30310 Los Dolores (Murcia). D. Diego Cortés. Telf.: 25 00 56

TV Dolores, S.L. Alfonso XIII, 46. Los Dolores-Cartagena (Murcia). D. Pedro García Martínez. Telf.: 51 36 26

Telesatélite Mazarrón Ana Moreno, edf. S. Antonio, 2º. 30870 Mazarrón (Murcia). D. Policarpo Sánchez Ortiz. Telf.: 59 15 04

Vídeo Molina TV, S.L. Mayor, 71, entlo. C. 30500 Molina de Segura (Murcia). D. Estanislao Vidal Pujante. Telf.: 61 68 10

Tedistribución Totana Santiago, 2. 30850 Totana (Murcia). D. Florián García Heras. Telf.: 42 30 54

Tele-Yecla España, 28. Yecla (Murcia). Telf.: 79 47 09

Tele-Cartagena C/. Carmen Conde, s/n. Cartagena (Murcia). D. Francisco Escudero. Telf.: 31 23 00

Cinehogar Avda. Constitución, 129. 30160 Monteagudo (Murcia). D. Casto García

Melodi TV Constitución, 19. 30440 Moratalla (Murcia). D. Angel Miranda Lozano. Telf.: 70 61 03

Rogamos a los asociados o profesionales que se encuentren en estos momentos en paro, se pongan en contacto con la Asociación en el teléfono 22 19 19 (17,30 a 20,30 horas) con el fin de poder elaborar un censo de profesionales en paro de esta Región.



Los Churrascos

- Medalla de plata al Mérito Turístico
- Placa de bronce al Mérito Turístico
- Miembro de la Confrerie de la Chainedes Rotisseurs
- Maestro Asador
- Premio de la Academia Europeenne de Gastronomie
- Premio de la Escuela de Turismo de Murcia

La cocina de José María de "Los Churrascos"



José María es uno de los actuales "artistas de la cocina".

Hemos dado buena muestra de ello en ediciones anteriores con sus recetas

—propias de un artesano con sentido y lógica—.

"Ensalada templada de bacalao con judías verdes y aguacates"

Ingredientes (para 6 personas):

- De 1'800 a 2 kg. de bacalao de primera calidad.
- Aceite refinado de 0'4°.
- 2 aguacates.
- 300 grs. de judías verdes planas.
- 1 cebolla.
- 1 tomate.
- 2 calabacines.

Elaboración:

Desalar durante 48 horas (cambiando el agua cada 4 horas).

Quitar las espinas al bacalao.

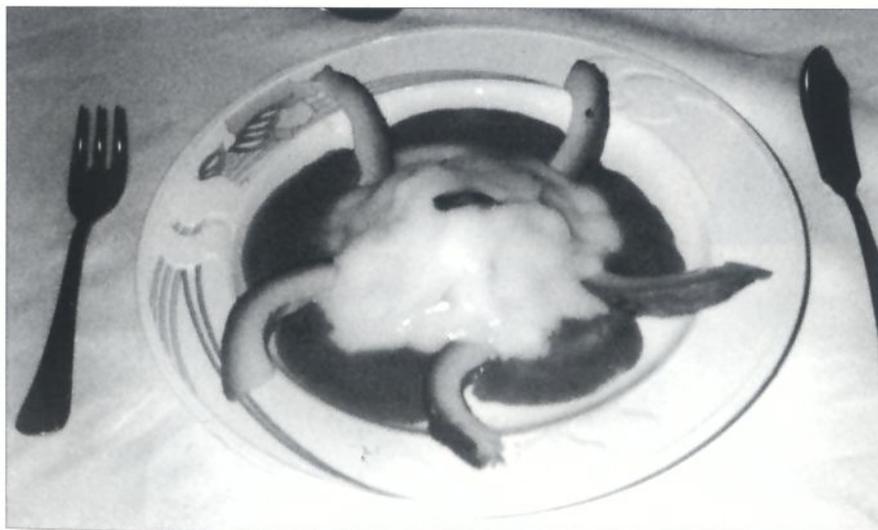
En un recipiente de barro poner el bacalao con la piel hacia abajo y cubrir de aceite refinado; poner a fuego muy lento y cuando rompa a hervir dejar tres minutos y apartar. Dar la vuelta al bacalao (piel arriba) y volver a poner a fuego muy lento durante cinco minutos, sin parar de mover para sacar el "pil-pil".

Se sofríen aparte la cebolla, el tomate y los calabacines.

Se corta el bacalao en láminas.

Se preparan los ingredientes de la ensalada:

Los aguacates en láminas finas y las judías verdes cocidas.



Decoración para servir:

Poner en el fondo del plato: el pisto, las judías verdes y el aguacate. Encima las láminas de bacalao y por último cubrimos con el "pil-pil".

¿Qué son los análisis de sangre y de orina? ¿Qué revelan?

La sangre es un fluido que contiene un gran número de cuerpos sólidos llamados glóbulos. Existen tres tipos principales: glóbulos rojos, que transportan oxígeno por el cuerpo mediante la hemoglobina; glóbulos blancos, que tienen la misión de combatir infecciones entre otras funciones; y las plaquetas, que actúan como protectoras, haciendo que la sangre se coagule y tapone de este modo zonas dañadas en las paredes de los vasos sanguíneos.

La parte fluida de la sangre se llama plasma, y contiene una asombrosa serie de sustancias disueltas en ella: azúcar, sal, proteínas, lípidos (grasas), hormonas, y otras sustancias que son transportadas de una parte a otra del cuerpo, según las necesidades de éste. Es evidente, por tanto, que la sangre es un tejido del cuerpo muy importante cuyo estudio revela cantidad de datos sobre lo que está sucediendo en el interior del

organismo. En primer lugar, pueden contarse el número de glóbulos. La escasez de glóbulos rojos produce anemia, y su exceso, policitemia. También se puede medir el volumen real de cada glóbulo, el porcentaje de glóbulos rojos respecto al plasma, así como la cantidad de hemoglobina en cada uno. Estas mediciones aportan una información detallada y valiosa para el estudio del estado anémico de un paciente.

También pueden contarse los glóbulos blancos y analizar su forma y madurez. Existen varios tipos de glóbulos blancos que son producidos en la médula ósea y en otras glándulas especiales del cuerpo, y cuyo estado refleja las condiciones de estas estructuras, al mismo tiempo que advierte la existencia de una infección.

Las pruebas de plasma, muy diversas, van desde comprobar los niveles de varias proteínas, a medir la cantidad de glucosa, ácido úrico, colesterol, trigli-

céridos (grasas), urea, hormonas, y otra gran cantidad de sustancias que el plasma transporta de unas células del cuerpo a otras.

Existen además otras pruebas que ponen de manifiesto la presencia de enfermedades infecciosas o de otro tipo.

La orina transporta las sustancias de deshecho del cuerpo, por lo que puede informarnos también sobre su forma de producir estos desechos. No sólo sirve para analizar el funcionamiento del riñón y la vejiga, sino también el funcionamiento endocrino, metabólico y circulatorio. El estudio de la orina va desde la medición de parámetros bioquímicos y hormonales, pasando por el examen microscópico, hasta su cultivo en medios apropiados para el aislamiento de microorganismos productores de infecciones ■

Dres. C. Galisteo y M. Chamorro

Lafis Asesoría Jurídico-Laboral y Fiscal

SERVICIOS CONCERTADOS Y
GRATUITOS PARA LOS ASOCIADOS.

Interesados llamar al Telf. 21 85 11

Calderón de la Barca, 16 - 3º. D - 30001 MURCIA



Ctra. al Faro, s/n.
Teléfono: 968 / 56 45 63
CABO DE PALOS (Murcia)



Restaurante – Marisquería **BARLOVENTO**

Avda Libertad, 6
Telf.: 968 / 24 45 22
MURCIA

Cuatro Santos, 33
Telf.: 968 / 50 66 41
CARTAGENA

Urb. Las Sirenas, s/n.
Telf.: 968 / 56 33 72
LA MANGA

Zarzuela de pescados y mariscos

Ingredientes:

- 1 kg. de calamares
- 1/2 kg. de rape
- 1/2 kg. de gambas
- 3 langostinos o cigalas
- 2 dientes de ajo
- 1 cebolla
- 1/2 kg. de mejillones
- 1/4 de merluza
- 1/2 kg. de almejas
- 1 vaso de vino blanco
- 1/8 lata de tomate
- Ramas de perejil
- Harina
- Laurel
- Aceite
- Sal

Preparación:

Se lavan las almejas y se ponen en un recipiente con media taza de agua; cuando van abriendo se les quita las cáscaras y se reserva el caldo, bien colado para quitarle todo residuo de arena.

Los mejillones se raspan bien y se ponen al fuego con agua para que abran; ya abiertos, se les quita las cáscaras y se reserva el caldo, el cual se une al de las almejas. Se limpian los calamares sin quitarles la piel; después de limpiarlos se cortan en trozos; el rape y la merluza también se limpia y se parte en trozos.

Los langostinos o cigalas y las gambas se cuecen durante 10 minutos en agua hirviendo con sal; pasado el tiempo se sacan del agua; el caldo se junta con el de las almejas y mejillones y se deja cocer a fuego vivo hasta que quede reducido a media taza; se cuele y se reserva.

En una cazuela se pone aceite, cuando está caliente se frie la cebolla, el ajo picado, y la hoja de laurel en trozos, se deja de freír y se añade el tomate; se tapa dejándolo hacerse lentamente.

En una sartén se pone aceite, cuando está caliente se agregan los calamares rebozados en harina, se dejan freír un poco; cuando van tomando color se agregan la merluza, el rape, las gambas sin cáscaras, los langostinos o cigalas, los mejillones y las almejas, se sazonan de sal y se añade el vino blanco, se deja cocer a buen fuego unos cinco minutos, dándole vueltas, pasado este tiempo, se pone todo en la cazuela donde está la cebolla y el tomate, se agrega el caldo reservado y se deja en el fuego durante 20 minutos. Se sirve adornado salpicado de perejil.

Antonio Galindo.
Barlovento

Galardones obtenidos

- 1984. Finalista en Barcelona del Primer Concurso de Platos Salseados y Flambeados con Brandy del Penedés.
- 1986. Trofeo al mejor servicio. Murcia 86.
- 1986. Insignia de Oro al Mérito Profesional.
- 1987. Oscar de Oro a la mejor labor profesional en Gastronomía del "Patronato Europeo de los Oscar de la XX Edición".
- 1987. Diploma de honor al mejor servicio al cliente del "Patronato Europeo de los Oscar".
- 1990. La Academia Española de Gastronomía y la Cofradía de la Buena Mesa han calificado a Barlovento entre los mejores Restaurantes de España 1990.
- 1990. Diploma de Honor de la Organización Reina del Turismo Mundial.
- 1991. Mención de Honor de las V Jornadas Gastronómicas del Mar Menor-Costa Cálida, en la promoción y perfeccionamiento de la cocina de nuestra tierra.
- 1991. Pergamino de las V Jornadas Gastronómicas del Mar Menor, en reconocimiento por su dedicación en la promoción y difusión de nuestra gastronomía.
- 1991. Liderman a la mejor Promoción de la Cocina Regional.
- 1991. Diploma de Honor a la mejor labor Regional en Hostelería del Patronato de los Oscar. Liderman 1991.
- 1991. Diploma de Honor de los Liderman en la mejor labor creativa en Hostelería.



Rebajas para asociados

- **Aussa (Peugeot)**
Ctra. de Alicante, s/n.
Telf. 23 04 50
MURCIA
- **Meseguer (ferretería)**
Alejandro Séiquer, 11
Telf. 21 41 57
MURCIA
- **PIX (fotografía)**
Isaac Albéniz, 2
Telf. 29 63 13
MURCIA
- **Lafis (asesorías)**
Calderón de la Barca, 16 - 3º D
Telf. 21 85 11
MURCIA
- **RENFE**
C/ Industria, s/n.
Telfs. 25 19 51 - 50 22 14
MURCIA
- **Olivetti (informática)**
Acisclo Díaz, 5
Edf. San Miguel
Telf. 28 14 45
MURCIA
- **Transportes urgentes Ribes**
Avda. José Alegría, 18
Telf. 24 94 34
ZARANDONA (Murcia)
- **Secur (puertas de seguridad)**
C/ Duque, 11
Telf. 10 10 14
CARTAGENA
- **Centro Dental Romea**
Santa Clara, s/n
Edf. La Torrecilla, esc. 1ª. 1º. D
Telf. 24 90 85 - MURCIA
Tratamiento VIPS a asociados.
- **Editorial Mediterránea**
C/ Conde de Roche, 5
Telfs. 21 12 77 - 21 77 05
MURCIA
- **Electrodomésticos Navedo**
Ctra. Alicante, km. 1
Telf. 23 65 00
Fax: 24 80 75
30007 MURCIA
Nicolás Ortega Pagán, 7
Telf. 22 28 42
30003 MURCIA
Trapería, 44
Telf. 21 42 30
30001 MURCIA
- **Marín Garre (electrodomésticos)**
Puerta Nueva, s/n
Centrofama
MURCIA
- **Blasco Joyero Diany**
Marcos Redondo, 3
Gran Vía, 42
MURCIA
- **Viajes Euronova**
Plaza Condestable, 3
Telf. 29 97 11
MURCIA
- Tratamiento VIPS a asociados.
- **Royal Security, S.L.**
C/ Pintor Pedro Flores, 29
Telf. 34 14 51
MURCIA
- **Droguería El Aviador**
C/ Santiago El Mayor, 22
MURCIA
- **Relojería y Joyería Conchita**
Ctra. de El Palmar, 18
Telfs. 82 46 10 / 82 14 58
SAN JOSE DE LA VEGA - Murcia
- **Alta peluquería Isidro**
C/. Cartagena, 4
Telf. 22 04 94
MURCIA
- **Fotos Pedreño**
Simón García, 30
Telf. 21 08 57
MURCIA
- **Joyass**
Plaza Santo Domingo, 10
Telf. 24 35 14
30008 MURCIA
- **Galerías Viajes**
Gran Vía Escultor Salzillo, 42
Grandes descuentos a asociados
- **Moto Murcia**
Ctra. Alcantarilla, km. 655 • 80 89 09
30836 PUEBLA DE SOTO - Murcia
- **Policlínica San Carlos**
C/. Miguel Hernández, 12
30011 Murcia

Médicos colaboradores asociados Radio y Televisión

Dr. D. Manuel Arenas Ricart (**ginecólogo**)
Avda. Constitución, 4 - 7º. I - Telf. 24 87 90

Dr. Cuesta Climent (**urólogo**).
Avda. Constitución, 4 - 2º. B - Telf. 24 09 76

Dr. Pedro Luis Ripoll (**traumatólogo**).
Policlínica San Carlos.
C/. Miguel Hernández, 12.
Telf.: 968 / 25 00 55 y 25 05 55
30011 Murcia

Centro Dental Romea
Santa Clara, s/n.
Edf. "La Torrecilla",
escl. 1. A-1º. D. - Telf. 24 90 85

Dr. D. Mariano de Prados
(**traumatólogo**)
Policlínica San Carlos.
C/. Miguel Hernández, 12.
Telf.: 968 / 25 00 55 y 25 05 55
30011 Murcia

antes
las cuentas
se
llevaban
en la oficina

ahora
ya
no



Los nuevos servicios que Caja Murcia pone a disposición de sus clientes en exclusiva, tendrán la característica Común de poder utilizarse a través de la red Ibertex. Ya no necesitará desplazarse a su Oficina para realizar las Operaciones financieras más habituales, sino que podrá ejecutarlas directamente y en el momento que desee desde su propia casa o despacho, o desde cualquier lugar en el que pueda conectar su terminal Videotex o PC.

Si quiere ganar tiempo, eficacia, archivo o disponibilidad infórmese gratuitamente.

Llamada gratuita al teléfono

900 515 515

caja Murcia

CENTRO COMERCIAL



ZARAICHE

Avda. Miguel de Cervantes, 106
Teléfono: 29 12 12 - Télex: 67097 PRMU E
30009 MURCIA
Apartado 240 de Espinardo (Murcia)