

ASOCIACION

RTV

Región de Murcia



Experiencia única en el aniversario de la Asociación

Nueva
trayectoria
de 
Murcia

La verdad, casi
un centenario

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

Indice

	Pág.
Editorial	5
Humor	5

■ **Asociación:**

Información sobre el desarrollo del aniversario	8
Club de Debate	22
Curso de formación	28
Nuestras rebajas	54

■ **Técnica:**

Telefonía moderna	24
-------------------------	----

■ **Medios:**

Nueva dirección en Onda Cero Murcia	14
Experiencias del periódico más antiguo de Murcia: La Verdad	18
Noticias de la radio	36

■ **Sociedad:**

Cartas de los asociados	42
Gastronomía	38
Convocatorias	45
Historia de la radio murciana	47
Publicaciones	51

Aniversario de la Asociación RTV Murciana.

En el último aniversario celebrado por los socios de este colectivo hay que destacar la experiencia pionera y "casi" histórica de los profesionales de los medios audiovisuales de la Región de Murcia. Poner en marcha una emisora experimental durante una semana en las dependencias de El Corte Inglés, donde intervinieron personalidades de la vida pública murciana y en donde se puso a prueba las condiciones altruistas de compañeros radiofonistas, será recordado a lo largo de la historia. Tampoco faltó el deporte..

Págs. 8 a 11.



Una nueva etapa para Onda Cero.

La incorporación de un nuevo director para Onda Cero Murcia va a suponer para este medio una nueva andadura y un nuevo reto para otra de las grandes cadenas de radiodifusión en la Región.

Págs. 14 y 15.

La Verdad, cumple años.

Uno de los periódicos diarios que ha subsistido en los quioscos de la Región de Murcia, a pesar de los avatares históricos transcurridos en esta centuria, ha sido el casi centenario "La Verdad". Su director general y director periodista nos hablan de la actualidad y del futuro periodístico murciano.

Págs. 18 a 21.



Edita: Asociación de Radio y Televisión de la Región de Murcia.
Director: José García Solano.
Director Adjunto: Tomás Guillén Luna.
Consejo de Redacción: Andrés Garrido Lozano, Felipe Nicolás, José Navarro, Andrés González, María Dolores Muñoz, Pablo Frutos, Ramón Ruiz y Julio Antonio Díaz.
Fotografía: Miguel Angel Martínez (portada), Pedreño.
Coordinación: María Isabel de Eguilior Mestre.
Administración: Juan Martínez Moral
Publicidad: Luis Pardo.
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.

PROGRAMA

Puntos de encuentro
para un futuro común

MURCIA



EUROPA



Región de Murcia
Vicepresidencia



Dirección General
de Relaciones
Institucionales



Comisión de las Comunidades
Europeas Dirección General XVI.
Política Regional

Y A estamos en el 4º ejemplar de la revista que publica la Asociación de RTV con una tirada que esperamos alcanzar de 5.000 ejemplares en el próximo número, ésto funciona. Despacio por los graves problemas económicos que atraviesa la sociedad y porque no sólo tenemos responsabilidades con la Asociación la Junta Directiva, tenemos también nuestro trabajo.

El pasado día 13 de mayo hicimos una asamblea general, donde se dio el visto bueno al acta anterior y donde se aprobó también todo el capítulo económico.

Se hizo un balance de todo lo ejecutado desde la toma de posesión de esta junta directiva, edición nº 1 revista, Club de debate, cena y entrega de antenas, edición 2ª. revista, festival infantil, firma convenio INEM, realización primer curso de Formador de Formadores, edición revista nº. 3, puesta en marcha emisora de radio y aniversario, una marcha cicloturista, además de los cuatro personajes que han participado en este segundo Ciclo de Club de Debate y se han nombrado cuatro delegados de zona de la Asociación.

Sólo hemos incumplido dos promesas hechas al inicio de esta candidatura, no hemos podido hacer el viaje de la 3ª. edad, por no haber viajeros y sustituimos la capea por la marcha cicloturista.

Las previsiones son continuar editando la revista, hacer la cena-fiesta entrega de las antenas de plata y continuar con los cursos de Formador de Formadores, Básicos de radio y televisión y los previstos de alta tecnología. Paralelamente estamos a punto de firmar unos acuerdos muy amplios con la Universidad, MEC (Formación Profesional), Dirección General de Empleo, una empresa de informática para cursos de aplicación de la informática a las emisoras de radio.

Estamos en estudio con CajaMurcia para llegar a otro convenio y quizás lo más espectacular, el acuerdo con una empresa de Murcia, para hacer un estudio general de medios anual, para la prensa, radio y televisión de la Región de Murcia, que patrocinará esta Asociación.

También estamos redactando otros estatutos, más acordes con el volumen actual de la Asociación y otro organigrama directivo. Por supuesto continuamos perfeccionando el censo de parados, de profesionales, etc.

Aunque la labor exterior en estos meses no es tan espectacular como antes, no por ello estamos parados y por supuesto continuaremos.





Benjamín Llorens
 Director cadena SER
 Comunidad de Murcia

La estrella es la fórmula

AUNQUE a finales de los años 70 es cuando comienzan a existir con cierto fundamento las estaciones radioemisoras en frecuencia modulada, no es hasta la década de los 80 cuando adquieren capital importancia en el panorama radiofónico español, siendo la vía a través de la que irrumpen en las ondas las denominadas "radio-fórmulas", si bien la F.M. también ha sido y es soporte para lo que ahora denominamos radio convencional y generalista —no en balde dos de las más importantes cadenas de radio españolas, ANTENA 3 y ONDA CERO, tienen su soporte exclusivamente en la banda de F.M.

Si la pionera y la líder de las fórmulas actualmente es la CADENA 40 PRINCIPALES, su propio éxito y la demanda social ha llevado a las empresas de radiodifusión a plantearse el nacimiento de otras radio-fórmulas alternativas o complementarias de la citada.

Tendríamos que poner la mirada en los U.S.A. para encontrar un panorama de las ondas tan rico y variado como el español (lo de Italia es más bien un desmadre y lo del resto de Europa una importante carencia).

La política de distribución de frecuencias, primero del Gobierno de UCD y después del PSOE, ha propiciado un dial rico en posibilidades lo que ha llevado —emisoras ilegales aparte, que ese es otro tema— a una especialización clara de la banda de F.M. Todas las ofertas radiofónicas se han decidido a aumentar su presencia en la banda de moda. Las grandes cadenas generalistas como Radio Nacional o la SER, emiten directamente o repiten su programación a través de postes de frecuencia modulada, si bien el mayor auge de la F.M. se debe —en mi opinión— a la diversidad de ofertas especializadas, fundamentalmente de carácter musical. Ahí está la Cope con CADENA 100, ONDA CERO con su fórmula musical del mismo nombre, Radio Nacional con las emisoras más selectas del panorama (RADIO 3 y RADIO 2) y la propia Cadena SER con nada menos que tres productos, el ya consabido 40 PRINCIPALES y los de más reciente creación, CADENA DIAL y M-80, ésta

última resultante de la fusión de las antiguas CADENA MINUTO y RADIO 80.

Los "oldies" (éxitos de siempre), la música rabiosamente joven y los temas siempre en español se han abierto un hueco importante y en clara expansión de audiencia, constituyendo en algunos casos auténticos "pelotazos" radiofónicos. El más reciente y conocido en nuestra Comunidad es el de CADENA DIAL que en su primer año de vida se ha encaramado a los lugares punteros de las encuestas de audiencia, viniendo a llenar un hueco que hasta ahora las restantes radio-fórmulas tocaban de pasada: LA MUSICA EN ESPAÑOL.

El surgimiento e implantación de las radio-fórmulas musicales establece una nueva dicotomía en el panorama radiofónico. Frente a la radio de las estrellas, la radio generalista, toman carta de naturaleza unos productos que carecen de ellas, pues las estrellas son ellas mismas, el propio formato. Todos sabemos los nombres de las "vacas sagradas" de la radio española: Iñaki Gabilondo, Luis del Olmo, José María García... y los 40 PRINCIPALES, CADENA DIAL, CADENA 100,... En estos últimos casos la estrella es claramente el propio producto. Potenciando también por razones empresariales ya que presentan unos costos más económicos que sus hermanas mayores de la radio y, por tanto, un mayor margen de beneficios. Pero son sobre todo los deseos de la audiencia de tener una mayor oferta —la ley del mercado manda— a la que adaptar sus gustos como una mano a un guante, lo que en última instancia posibilita una especialización en las ondas desconocida hasta ahora en nuestro país.

No mueren, ni mucho menos, las radios generales con los grandes comunicadores, pero nacen con mucha pujanza las emisoras que sitúan su contenido y estilo peculiar como el reclamo más importante de cara a la audiencia, sin nombre y apellidos concretos, porque el formato, LA FORMULA ES LA ESTRELLA ■



Jesús Cobarro Jaén
Periodista

Consideraciones sobre la televisión pública

EN las elecciones generales que acaban de celebrarse, se han dicho y visto muchas cosas y hay algo que ha quedado demostrado con absoluta contundencia: la enorme importancia que la televisión ha adquirido en nuestro país. Hemos presenciado audiencias récord en los debates políticos que se han televisado, de los que se ha dicho que han tenido una gran influencia en los ciudadanos, y eso que hace meses las encuestas nos decían que los españoles pasábamos de la política. La televisión también nos está demostrando que es una fuente de beneficios empresariales y de intereses comerciales muy fuertes. Precisamente en torno a estos intereses comerciales se mueven las claves para entender las fuentes del ataque generalizado que está padeciendo el sector audiovisual público. A muchos tiburones les gustaría la desaparición o reducción de la televisión pública que dejaría en manos de pocas y poderosas corporaciones el poder de todos los medios de comunicación.

Necesitamos una televisión pública fuerte, pero ¿cómo conseguirlo? Se ha dicho que desde el nacimiento de las televisiones privadas, los medios públicos han mejorado para poder competir en condiciones. En mi opinión esto ha ocurrido pero hasta cierto punto. En el manifiesto de la plataforma de ciudadanos por la radiotelevisión pública se sugiere la idea de que los medios públicos hay que fortalecerlos en función de su credibilidad y su calidad cultural. Si los medios públicos apuntan hacia esos dos objetivos, los privados también serán mejores y los ciudadanos españoles se beneficiarán.

Credibilidad. Se impone la necesidad de que al frente de los

medios de comunicación públicos hayan profesionales que garanticen la independencia y neutralidad del medio. En la reciente campaña electoral le hacían a la responsable de medios de comunicación de un partido, una entrevista en la que decía "los políticos a hacer política y los periodistas a la información".

esté perdiendo el norte, rebaje la calidad de la programación y pierda en definitiva sus señas de identidad. La dependencia casi absoluta de los ingresos comerciales está provocando la aparición de programas que concentran grandes porcentajes de audiencia a base de convertir la desgracia y la miseria

“La televisión privada, las televisiones locales son necesarias e imprescindibles, pero para el beneficio de los españoles, igual de imprescindible es la supervivencia de la televisión pública”

En nuestra Región ha sido vergonzosa la actuación de algunos politiquillos de tres al cuarto, que al más puro estilo de la mafia siciliana, han presionado a los directores de televisiones por cable, vetando a periodistas que realizaban entrevistas en los espacios electorales organizados por estas televisiones locales. Un esfuerzo por poner al frente de los medios a periodistas que garanticen la neutralidad y la independencia hará que se fortalezca el pluralismo, la participación y el sentido crítico frente a la uniformidad, la apatía, el individualismo y el conformismo.

Después de la credibilidad, el segundo objetivo es la calidad cultural y para esto es necesario hablar de la financiación. La televisión pública se haya inmersa en la trepidante dinámica de la competencia en un marco empresarial. Esta competencia en busca de ingresos publicitarios es lo que está haciendo que la televisión pública

humana en un espectáculo hipócrita, renunciando en ocasiones a la defensa de una información plural, la cultura y el fomento de una conciencia crítica.

La televisión privada, las televisiones locales son necesarias e imprescindibles, pero para el beneficio de los ciudadanos españoles, igual de imprescindible es la supervivencia de la televisión pública. Una televisión que se preocupe de los programas de entretenimiento e infantiles, y que olvide la violencia y el sensacionalismo, que sea el medio que contribuya a que la libertad y la igualdad sean reales, y que se garantice su independencia del poder político y su estabilidad económica.

En resumen, poner en marcha un proyecto con credibilidad informativa y calidad cultural bajo el control social y con autonomía profesional. Hacer de la televisión pública, la televisión de todos los españoles ■

Ilusión y profesionalidad en el quinto aniversario de la Asociación

*Una emisora de radio con frecuencia propia durante una semana
y una marcha cicloturista, las actividades principales*

HACE muchos años (1963) se creó en la Región de Murcia la Asociación de Radio y Televisión y estuvo funcionando como tal durante bastante tiempo, logrando acciones importantes como pudo ser la creación de la Cooperativa de Viviendas, que fue capaz de construir varios bloques de pisos (210 viviendas).

Por diversas circunstancias decayó su actividad hasta llegar a su completa desaparición. Hasta que otro grupo de profesionales con inquietud decidió crear una Asociación Profesional de Radio y Televisión, adoptando el mismo nombre que la antigua como homenaje a ellos. El 9 de mayo de 1988 se celebró la asamblea constituyente, por lo tanto esa es la fecha que marca el comienzo de la andadura de esta asociación, la actual.

Y para celebrar que se cumple el Quinto Aniversario decidimos celebrarlo de manera que pudiesen participar todos y cada uno de los socios y también el público en general. Así nació la idea de crear una emisora de radio y otra de televisión, pero desde el Ministerio de Transportes y Comunicaciones sólo nos concedieron autorización para realizar la de radio. Desde el principio queríamos que esta emisora estuviese ubicada en uno de los escaparates de "El Corte Inglés", para que todo el



Los directores de las principales emisoras de radio de la Región, durante la mesa redonda que se celebró en Radio ANIVERSARIO: de espaldas, nuestro presidente haciendo las funciones de moderador, y hacia su izquierda, Cadena SER, Cadena COPE, Antena 3, La Unión Radio 8, Onda Cero, Director Territorial de RTVE, Radio Nacional de España y Eva Martínez, presentadora, y director de Onda Regional.

mundo pudiese contemplar cómo se hace un programa de radio en directo, y no sólo la parte de presentación y locución sino también la parte técnica y de control.

Así que nos pusimos en contacto con Arturo Andreu, Jefe de Relaciones Externas de "El Corte Inglés", a quien no tuvimos que *convencer* ya que la idea le atrajo desde un principio. Una

vez aprobado el proyecto por el Director del Centro, José Dasí, entramos en las decisivas conversaciones que marcarían los detalles, ya con José Giner y Antonio Oropesa, jefes de mantenimiento y de decoración respectivamente, para realizar una adecuada planificación que se tradujese luego en un buen resultado final, como así fue.

Queríamos realizar durante ocho días una programación propia ininterrumpida tan variada y amplia como fuese la imaginación de los socios, ya que estaba totalmente abierta en horarios y contenidos. Deseábamos que cualquier socio, fuese cual fuese su profesión específica, pudiese realizar su propio programa de radio. Y nuestros asociados lo entendieron a la perfección, ya que se emitieron programas de deportes, de toros, de debate, de entrevistas, de humor, de música, de artes adivinatorias, de animales, de fenómenos paranormales, de temas de actualidad, femeninos, etc, realizando programas personas de prácticamente todas las categorías laborales de nuestros medios, tanto individualmente como en grupo. Se llegó a emitir un



María Antonia Martínez, en un momento de la entrevista que mantuvo con los directores de los diarios de la Región, que se prolongó durante hora y media, y en la que se mostró tal cual es: una persona asequible, espontánea y natural.



Los preparativos, especialmente durante los momentos previos a la inauguración, fueron muy intensos. Después, afortunadamente, todo se desarrolló a la perfección.

programa en el que, entre el control y los presentadores, estaban representadas cinco emisoras y tres medios de comunicación distintos.

Y digamos también, en honor a la verdad, que si bien no hubo demasiada iniciativa de los socios al principio, sí existió una gran demanda general una vez que conseguimos romper el hielo inicial.

Vaya desde aquí nuestro saludo a todos aquellos compañeros jubilados que, por motivos de salud, no han podido colaborar en este proyecto a pesar de la ilusión que les hizo cuando se lo comunicamos. Esperamos y deseamos que se restablezcan rápida y totalmente.

No emitimos publicidad de ningún tipo ya que no pretendíamos competir con ninguna de las emisoras ya establecidas y sólo radiamos algunas cuñas de agradecimiento mencionando los nombres de las empresas y marcas que nos prestaron su colaboración.

Han sido dos duros meses de gestiones los que hemos invertido en este proyecto, consiguiendo permisos, redactando cartas, notificando a las autoridades, enviando circulares a todos los socios, etc., y que damos por muy bien empleados ya que los resultados han sido altamente satisfactorios:

- Hemos emitido durante ocho días: desde las doce horas del mediodía del 8 de mayo, hasta las veinte horas del día 15.
- Han sido **191** horas, y **90** profesionales han tenido su correspondiente intervención. **11** de ellos **en paro** han confiado en nosotros como una —aunque pequeña— posibilidad de reinserción en el mundo laboral. Ojalá se

cumplan sus deseos, que son los nuestros.

- Los profesionales jubilados que han podido por motivos de salud, también han intervenido en la emisora.
- Prácticamente todas las emisoras de la Región han participado, aportando equipos, realizando trabajos y permitiendo la confección de otros.
- Han colaborado una buena cantidad de marcas profesionales y empresas comerciales (que relacionamos aparte) tanto para la emisora de radio como para la Marcha Cicloturista y ninguna de las que nos hemos dirigido ha rehusado su aportación.

PERSONAS

Es indudable que el *alma mater* del proyecto desde el punto de vista técnico ha sido, sin duda, Guillermo "Jimmy" Rodríguez Vilardebó, gerente de Tecomur, socio fundador de la Asociación y excelente profesional, quien asumió la tarea de coordinar todo lo relacionado con el equipamiento de la emisora. Y pudo contar con el sólido apoyo de Paco López, técnico de Onda Regional; de Gaspar Cerdá y de Jesús García, de TVE; y la gran ayuda de Juan Carlos Marbán, de Cemys; de Miguel Bernabé, de Tecomur; de Paco Valera, de Onda Regional y de Eva Martínez, actualmente en paro. Desde las primeras conversaciones queríamos que la emisora pudiese contar con un buen

equipamiento técnico, y lo hemos logrado, hasta el punto que algunos asociados, profesionales de la radio en activo, se sorprendían gratamente cuando, en lugar del simple micrófono y el plato giradiscos que ellos imaginaban encontrar, podían disponer de todos los medios habituales en una emisora normal.

OBJETIVOS CONSEGUIDOS

- Dar a conocer la Asociación al público en general, mostrando nuestro elevado nivel profesional.
- Organizar una actividad de la Asociación en la que han podido participar todos los socios.
- Unir de manera real y efectiva a los socios participantes, independientemente del medio y empresa en la que trabajan.
- Integrar, aunque haya sido sólo por unos días, a los profesionales en paro, pudiendo situarles en un *escaparate* ante el mundo profesional y la sociedad en general, con la intención de que se les tenga siempre presentes.
- Recuperar y no olvidar a los profesionales jubilados, nuestros meritorios antecesores.

A DESTACAR

- Hemos conseguido, por primera vez, que los directores de las principales emisoras de radio de la Región se reunieran en nuestro escaparate, en mesa redonda, para tratar de los diversos problemas que afectan a nuestros medios.
- Y, sobre todo, que María Antonia Martínez, nuestra recién electa Presidenta de la Comunidad Autónoma, aceptase ser entrevistada por los



Conseguimos que el público transeúnte se detuviese para contemplar nuestra Radio ANIVERSARIO en vivo.

directores de los tres diarios de nuestra Región: La Verdad, La Opinión y Diario 16, en nuestra emisora y en directo.

LO MEJOR

- Comprobar cómo un reducido grupo de personas de diferentes medios y emisoras colaboraban con un entusiasmo ejemplar durante dos días consecutivos con sus noches, unidos para solventar los problemas técnicos provocados por la lentitud del Ministerio de Transportes y Comunicaciones en concedernos la autorización para la instalación de nuestra emisora, y que todo estuviese listo para la inauguración. Entusiasmo que llegó a su cenit cuando, tras esas dos noches sin dormir, no dudaron un instante en subir al autobús para acompañarnos en la mar-

cha cicloturista. Incluso uno de ellos participó en bicicleta y otro estuvo conduciendo la furgoneta-escoba.

- Poder contemplar el maravilloso espectáculo que se estuvo desarrollando durante una semana, en el que hubo programas en los que el presentador pertenecía a una emisora y el control a otra diferente.
- Que ha habido muchas personas que nos han ofrecido su ayuda desinteresadamente.

LO MEJOR DE LO MEJOR

Que noventa profesionales, a lo largo de ocho días completos, hemos sabido trabajar en la más completa armonía, sin la más mínima discusión o protesta, y sin tener en cuenta el cansancio, el medio y la emisora a los que pertenecemos o

cualquier otra circunstancia.

NO PUDO SER

Una de nuestras intenciones, como Asociación de profesionales que somos, era mostrar a los compañeros las últimas tendencias de los medios audiovisuales e innovaciones tecnológicas, como puede ser el sistema de audio digital y sonido por ordenador, cómo pueden efectuarse grabaciones, montajes y emisiones de cualquier clase de sonidos simplemente utilizando un ordenador PC. Pero no pudo ser: el ordenador que teníamos previsto para la demostración en la emisora falló, no pudimos conseguir otro y "El Corte Inglés" no pudo proporcionarnos uno de parecidas características. Lo intentaremos en otra ocasión, además de procurar que se nos impartiera un cursillo ■

I Marcha Cicloturista

La otra columna base de la celebración de nuestro Quinto Aniversario fue la realización el pasado día 9 de mayo de una Marcha Cicloturista en la que pudimos participar todos los asociados, nuestros familiares y amigos que quisimos invitar.

La única intención era pasar unas horas todos juntos paseando en bicicleta, dado que el recorrido previsto no era nada duro y todos pudieron realizarlo sin problemas, pequeños y mayores. Aún así dispusimos un autobús y una furgoneta para las personas que por cualquier motivo no pudiesen finalizar la marcha en su bicicleta. Podrían cargar la "bici" en la furgoneta y llegar a la meta cómodamente en el autobús. Y solamente lo utilizaron unos niños, más por la novedad de ir en un autobús de dos pisos que por lo cansados que estuviesen.

Hicimos un recorrido de unos 20 kilómetros en total, desde el casco urbano de Murcia hasta el parque de La Alberca y regreso, y todos en llano excepto un paso elevado sobre la vía del ferrocarril y un puente sobre el río Guadalentín ("Reguerón").

Desde la unidad móvil de Onda Regional, que nos acompañó durante el trayecto, varios profesionales de distintas emisoras efectuaron diversas conexiones en directo con nuestra propia emisora de radio instalada en el escape de "El Corte Inglés", pudiendo ir oyéndola los participantes de la

marcha gracias al equipo de megafonía instalado por Samsonic en el autobús de Bodegas Capel.

Como es lógico, nos preocupamos mucho de las medidas de seguridad: nos escoltaron varios motociclistas de la Policía Local, abriendo y cerrando la marcha y cortando el tráfico a nuestro paso; nos acompañaron varios voluntarios de la Cruz Roja de Murcia con una ambulancia – y que afortunadamente no tuvieron que intervenir–, y añadimos la furgoneta y el autobús para recoger a los que se cansasen demasiado.

La experiencia fue realmente satisfactoria: pasamos un rato agradable mientras pedaleábamos, nos tomamos unos refrescos y unos bocadillos, hubo regalos para todos, y lo más importante, convivimos durante unas horas, pudiendo entablar conversación con profesionales de otros medios y emisoras a los que no conocíamos personalmente.

El nivel de participación no estuvo a la altura de lo que esperábamos, sólo unas 50-60 personas, aunque es muy cierto que nos hubiese gustado que participasen todos los socios: al fin y al cabo se trataba de nuestro aniversario. Esperamos que en la próxima edición de la marcha cicloturista sí vengan en mayor cantidad, y que la siga coordinando Juan José Pérez Arróniz.



José Sánchez Pujante, campeón regional de ciclismo de veteranos, participó con esta bicicleta "no excesivamente cómoda", construida por él mismo.

participantes de la



Algunos participantes. Echamos de menos a muchos socios y a miembros de la Junta Directiva.

CHISPAS

■ Una de ellas la que le ocurrió a Paco Valera, compañero técnico de Onda Regional, quien estuvo trabajando con nosotros durante toda la noche anterior a la inauguración, hasta el mismo momento en que entraba a cumplir su turno en su emisora, a las ocho de la mañana, y que tuvo una agradable sorpresa poco después al recibir una llamada telefónica avisándole de que su esposa estaba dando a luz. Horas más tarde pudimos comprobar que tanto ella como el bebé, Javier, se encontraban perfectamente.

Y el martes siguiente mantuvimos una breve conversación con Alicia, su esposa, en directo desde nuestra emisora Radio ANIVERSARIO.



A las doce del mediodía del sábado 8 de mayo, Martín Noguero, de R.N.E., y Pablo Frutos, en paro, iniciaban las emisiones de Radio ANIVERSARIO con el programa especial de inauguración. El mismo excelente equipo profesional realizaría el programa de clausura.

■ Es indudable que nuestro entusiasmo es contagioso: Juana Ruiz Del Cerro, nuestra docente en los dos Cursos de Formación de Formadores que el INEM nos imparte, aceptó nuestra invitación y participó en la Marcha Cicloturista con su esposo y sus hijos Lucía y Aitor.

■ Juan José Sánchez Pujante, campeón regional de ciclismo en la categoría C de veteranos también se sumó a la marcha tripulando una bicicleta construida por él mismo y que tenía un aspecto tanto futurista, como se puede apreciar en la foto (pág. 10).

■ Varios ciclistas que estaban realizando su propio recorrido y que nos vieron pasar no lo pensaron dos veces y se sumaron de buen grado a nuestra marcha, compartiendo con nosotros unos momentos y unos bocatas antes de proseguir su camino.

Agradecimientos

Agradecemos a las emisoras, marcas profesionales y empresas comerciales que han participado en nuestro proyecto V Aniversario:

- TELEVISION ESPAÑOLA
- RADIO NACIONAL DE ESPAÑA
- ONDA REGIONAL
- LA UNION – RADIO 8
- CADENA SER
- CADENA DIAL
- RADIO POPULAR (CADENA COPE)
- RADIO CUARENTA PRINCIPALES de Cartagena
- RADIO COMPAÑIA
- RADIO ESPUÑA
- ONDA CERO RADIO
- CADENA CIEN
- ANTENA 3 RADIO
- CEMTYS
- A.E.Q.
- TECOMUR
- COCA COLA
- INDUSTRIAS FUERTES (El Pozo)
- BODEGAS CAPEL
- BICICLETAS LARCIA
- PANADERIA JUNTERONES
- FURGONETAS GREGORIO
- SAMSONIC
- FOTOS PEDREÑO
- CRUZ ROJA
- POLICIA LOCAL DE TRAFICO
- EL CORTE INGLES



Creemos que la instalación de nuestra emisora de radio en el escaparate de "El Corte Inglés" fue todo un acierto. Estuvimos siendo contemplados por varios miles de personas a lo largo de los ocho días.

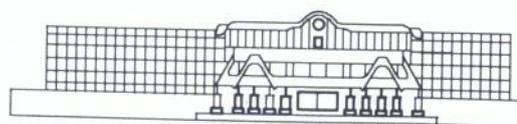
LOS OJOS Y LOS OIDOS DE NUESTRA COMUNIDAD



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



Alfonso Cavallé Sesé
Presidente de la Asociación
Española de Radiodifusión
Privada

Los retos de la radio comercial española

(pasado, presente y futuro)

CLARIFICAR las reglas del juego de la limpia y leal competencia en el mercado libre con sus colegas de la radiodifusión pública supone hoy el principal reto de la radiodifusión comercial española, aglutinada en la Asociación Española de Radiodifusión Privada.

Como es sabido la radio en España, a diferencia de lo que ocurre en la mayoría de los países europeos nació radio privada, radio comercial. En efecto, en 1924 nace EAJ 1 Radio Barcelona, hoy cabecera de la Cadena Ser en Cataluña, y sólo doce años más tarde, en 1936 el General Franco instituye la primera emisora de Radio Nacional alumbrando así la radiodifusión pública española. Desde entonces, y hasta la década de los ochenta ambos sectores radiofónicos, el público y el privado van creciendo en paralelo hasta constituir lo que se venía llamando en Europa "el modelo español" de coexistencia radiofónica de lo público y lo privado, tan beneficioso para los oyentes españoles.

Únicamente, a partir de la década de los ochenta el modelo tiende a romperse y el "status quo" a alterarse: mayores potencias, mejores emplazamientos, mejores frecuencias para las emisoras públicas de todas las naturalezas: estatal -RNE-, con cinco -excesivos- programas, autonómica -con enormes déficits económicos- y finalmente municipal -con posibilidad real de constitución de miles de innecesarias emisoras municipales-. Pareciera como si se quisiera corregir por decreto las preferencias diarias de los españoles, que sobre diecisiete millones de oyentes diarios prefieren catorce millones de ellos elegir libre y gratuitamente en el dial una radio comercial mientras poco más de tres millones seleccionan una emisora pública.

Y para acabar de describir el cuadro se autoriza, en las emisoras autonómicas y municipales la financiación de las emisoras a través de un doble circuito: el dinero público de los entes autonómicos y de las corporaciones

locales y el dinero privado de los recursos publicitarios, que es el único recurso financiero de las emisoras comerciales. Ello permite precios de privilegio, supone la reducción de la financiación de las emisoras privadas con las que se compite por la audiencia: en resumen, se ejerce una práctica tolerada de competencia desleal.

De ahí que iniciara mi artículo diciendo que el establecimiento de reglas de juego limpias entre los radiodifusores públicos y privados es el principal reto de la Asociación que presido.

Pero hay otros no menos importantes: coadyuvar con las Administraciones Públicas en la denuncia y eliminación de las cientos de emisoras ilegales -piratas, sin eufemismos- que existen en España y que suponen una distorsión en las condiciones de emisión y funcionamiento de las emi-

compañías discográficas, pero lo que encontramos claramente injusto es que se considere que las radios "consumen" sólo los materiales musicales y no se reconozca el enorme papel de difusión y promoción comercial que las emisoras realizan de los repertorios de los autores españoles y de las compañías discográficas.

Entre las funciones de la Asociación destaca su papel de representación internacional del sector radiofónico comercial: en Europa, a través de la Asociación Europea de Radiodifusión -AER, de la que hoy es presidente un español-, y de la Asociación Internacional de Radiodifusión-AIR, de la que yo mismo soy vicepresidente en tanto que presidente de la Asociación Española. En un mundo cada vez más interrelacionado cada vez son más los aspectos de la radiodifusión que vienen legal o técnicamente condicionados por el exterior.

La Asociación desarrolla las relaciones con las Administraciones Públicas, singularmente con el Ministerio de las Comunicaciones, en todo lo referente a los aspectos técnicos de las concesiones y a la ejecución de los Planes.

La Asociación Española de Radiodifusión Privada goza de buena salud. Constituida hace dieciocho años, a partir de los antiguos sindicatos verticales, representa a la mayoría de las más de setecientas emisoras privadas españolas y próximamente volverá a representar a la práctica totalidad del sector tras el esperado reingreso de algunas cadenas que, por diversos motivos, dejaron en los últimos años de pertenecer a la Asociación.

De esta forma la Asociación Española de Radiodifusión Privada, en cuanto foro de relación y diálogo de un sector tan sensible, como medio de comunicación con dieciocho millones de oyentes diarios, podrá seguir contribuyendo a la modernización y racionalización de las empresas que lo integran a fin de ofrecer un producto cada día mejor ■

“El establecimiento de reglas de juego limpias entre los radiodifusores públicos y privados es el principal reto de la Asociación que presido”

soras españolas públicas y privadas.

Renovar nuestros acuerdos, llegando a un justo equilibrio en las contraprestaciones con la Sociedad General de Autores de España y la Asociación Fonográfica y Videográfica Española es otro de nuestros objetivos. Las emisoras españolas entendemos justo contribuir a configurar la retribución de los autores españoles y menos claramente compartimos las previsiones legales sobre los derechos de las

“Honradez y honestidad, mejores cualidades de un profesional”

Nicolás Ramos, nuevo director regional de Onda Cero Murcia



El pasado mes de abril tomó posesión de su cargo como nuevo director regional de Onda Cero en Murcia Nicolás Ramos Pintado.

Nicolás Ramos nació hace 38 años en Campo de Criptana (Ciudad Real). Es casado y padre de 2 hijos. Realizó sus primeros contactos con el mundo de la radio en Radio Cadena Española y colaboró en el Diario “Lanza” de Ciudad Real.

Formó parte del equipo que puso en marcha el proyecto de Radio Luz de la Rueda de Emisoras Rato en Alcázar de San Juan en 1984. En 1989 accede a la dirección de esta emisora. Un año más tarde el grupo ONCE se convertiría en propietario de esta cadena de emisoras que pasaría a denominarse Onda Cero Radio.

Ya en 1991 puso en marcha Onda Cero Jaén desde donde fue trasladado a Murcia, como director regional, hace dos meses...



Nicolás Ramos, nuevo director de Onda Cero Murcia.

– *¿Qué objetivos se plantea, principalmente, para Onda Cero en la Región de Murcia?*

– *¿Objetivos? Los mejores y más elevados. Es cierto que el equipo que compone, actualmente esta emisora, ya ha conseguido para mí algo muy importante, es decir, situar las audiencias de Onda Cero Murcia al nivel, o por encima, de las más grandes cadenas. Esto no solamente se consigue con el apoyo de una buena programación nacional, sino, con el entusiasmo añadido de quienes*

tienen que seguir manteniendo alto el listón de nuestros principales espacios en la programación local. Queda claro, pues, que a partir de ahora el objetivo primordial es rentabilizar, económicamente, la buena salud de este proyecto.

– *¿Cuál es su impresión sobre el momento actual de la radio en Murcia?*

– *Espectación. Pese a estar bastante definido el panorama de las ondas faltan quizás unos meses para que determinadas empresas se aclaren en el sentido de qué*



van a hacer con el excedente de frecuencias. Claro está que éste no es sólo un problema de la región murciana dado que las políticas radiofónicas afectan a todo el Estado.

– *¿Y qué opina de Onda Cero como cadena de emisoras?*

– Hablar de uno mismo es como mirarse al ombligo. No obstante, y haciendo voto de humildad, creo que a nadie se le escapa el buen momento que atraviesa el proyecto radiofónico Onda Cero. En estos tres años de vida se han definido bastante las líneas de gestión en esta cadena y se ha conseguido ser líder en la principal banda horaria de la radio española, cuestiones que hablan por sí solas de la consolidación de esta casa.

– *¿Es tan importante la presión de los medios de comunicación, y en este caso de la radio, en la sociedad en la que vivimos?*

– Hablar de presión, o de opresión, es un lenguaje que no me gusta utilizar cuando hablamos de radio. La radio como medio de comunicación ni presiona ni opresiona: informa. Puede que, a veces, la claridad del lenguaje moleste a determinados políticos de cortas entendederas, que como he dicho en algún otro medio, dan a veces demasiada importancia a la opinión de un locutor o periodista de radio.

– *¿Cuál es la cualidad que más valora en un profesional de los medios*

de comunicación?

– La honradez. La honradez y la honestidad. Posiblemente porque es uno de los valores más depauperados en nuestra sociedad.

– *Volviendo al asunto de Onda Cero Murcia, ¿se conseguirán más espacios locales próximamente?*

– Onda Cero, al margen de su parri-

lla nacional, apuesta cada vez más, y de una forma decidida, por espacios locales. Bien es verdad que en estos momentos aventurar cuál será el diseño de la programación para la próxima temporada es precipitado.

– *¿A veces las emisoras de FM no son demasiado comerciales?*

– Las privadas sí. Por lógica.

– *¿En qué medida perjudican las emisoras "piratas" o establecidas no legalmente?*

– Hasta el punto de que establecen una competencia desleal y, además, no dejan de ser eso: "piratas"...

– *¿Y se adoptan medidas contra estas cadenas no legales?*

– Se adoptan. Otra cosa es que la Administración las lleve a la práctica.

– *¿Finalizó la etapa de la radio?*

– Según los últimos estudios de audiencia, no.

– *¿Se hacen esfuerzos desde la radio para situarla en el lugar que ocupaba no hace mucho?*

– Si se refiere usted a audiencias, en 1985, según un estudio publicado recientemente, escuchaban radio en

torno a 17.000.000 de españoles. En 1992, la audiencia superaba los 18.000.000. No creo, por lo tanto, que haya que hacer ningún esfuerzo. La radio, cada día, se escucha más.

– *¿Existen verdaderos combates para aumentar la audiencia?*

– Sí.

– *Ante tanta competencia, ¿debería especializarse más cada emisora?*

– La radio española está muy especializada ■



Verónica Martínez
Serrano.
Redactora de Onda Cero
Murcia

MARIN GARRE INDUSTRIAL

Experiencia en Comunicación

INFORMATICA

- REDES DE AREA LOCAL
- EMULACIONES
- COMUNICACIONES VIA MODEM
- SISTEMA DE GESTION

COMUNICACION VISUAL DE DATOS

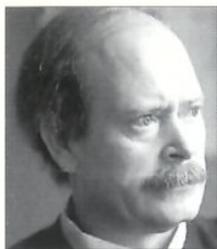
- INFORMATICA
- AUDIOVISUALES
- SALAS DE CONFERENCIAS Y REUNIONES
- REDES LOCALES
- TELEFONIA MOVIL

COMUNICACION DE IMAGEN DE EMPRESA

- MOBILIARIO DE OFICINA



28009 MADRID: Pío Baroja, 5
Teléf. 409 13 03
30012 MURCIA: Ctra. Sta. Catalina, km. 1.200
cruce autovía Cartagena-Madrid
Teléf. 84 20 84 - 84 20 82
30505 CARTAGENA: Sagasta, 77
Teléf. 50 16 40



Valentín Contreras
Director de Onda Regional
de Murcia

Sesenta años de radio en Murcia

EN el inminente verano va a celebrar su sesenta cumpleaños la emisora de radio más veterana de la Región, a cuya imagen y semejanza han crecido otras muchas sin que ésta pierda su importancia y su relieve. Desde el plano histórico doce lustros no son mucho, pero referidos a la radiodifusión en España constituyen prácticamente toda su existencia. RADIO MURCIA está desde el principio. De hecho, su indicativo ordinal era el 17; es decir, la concesión administrativa número 17 de cuantas se dieron en España. Su puesta en marcha significó la incorporación de la ciudad de Murcia a los avances de aquel tiempo, su

“La puesta en marcha de Radio Murcia significó la incorporación de la ciudad a los avances de aquel tiempo, su participación en una de las experiencias de la modernidad”

participación en una de las experiencias de la modernidad. Lo que en principio fue sólo un divertimento, una curiosidad, se reveló después como un soporte de enorme importancia para enriquecer la oferta de ocio social, transformándose posteriormente en un medio de información y participación caliente e interactivo, como no se pudo sospechar en el momento de su puesta en marcha.

El avance de la tecnología y su puesta al servi-

“En sesenta años de vida de Radio Murcia, nada de lo acontecido en la Región le ha sido ajeno”

cio del apoyo a la radio han permitido que Radio Murcia pasara, de emitir un mensaje de difícil captación en los primarios receptores no alejados del punto de su emisión..., a poder hacernos compañía allá donde nos encontremos. Su vinculación, desde muy temprano a lo que constituyó la primera de las cadenas de radiodifusión en España, propició que Radio Murcia sirviera no sólo para trasladar a los murcianos el palpito de su entorno más inmediato, sino además traernos la actualidad de España y del mundo y, al mismo tiempo, proyectar más allá de nuestros contornos provinciales, los pequeños y grandes hitos que han ido jalonando nuestro diario vivir.

La radio de andar por casa, en el sentido más familiar, que fue en un principio, se ha convertido en la actualidad en el tronco del que han nacido ramas de producción radiofónica de éxito indiscutible. Y la sociedad nunca le ha vuelto la espalda, reconociendo en numerosas ocasiones su aportación a nuestra historia. Probablemente no haya otra emisora en el mundo que haya dado nombre a dos calles (en Torrevieja y en Murcia). Y está reciente la concesión, por parte del Gobierno murciano, de la Medalla de Oro de la Región.

En sesenta años de vida de Radio Murcia, nada de lo acontecido en la Región le ha sido ajeno ■

Noventa años siendo el espejo de Murcia

La Verdad vio por vez primera la luz el 2 de marzo de 1903

Desde la aparición del primer número de “La Verdad”, el 2 de marzo de 1903, el diario ha hecho historia a la par que la Región ha ido desarrollándose. Mantenerse durante 90 años en el mercado periodístico no es tarea fácil, máxime si apreciamos la vertiginosa velocidad con que los medios tecnológicos irrumpen y se suceden en el mercado. Tan importante es la fidelidad que el lector mantiene desde hace años con “La Verdad” como la capacidad de su dirección para superarse a sí mismos, sin dormirse ante la competencia.

– D. Adolfo Roldán, director del diario “La Verdad”, ha estado ligado la mayor parte de su existencia a la Editorial Católica. ¿Qué les hizo a “los vascos venir a Murcia”?

– “La Verdad” es el fruto de una sociedad murciana con mucho dinamismo, con una sociedad importante dentro del panorama español, desde siempre. Esta sociedad ha ido generando unos periódicos que ahora se llaman “La Verdad”, pero anteriormente, otros fueron creando unos periódicos regionales importantes, de vanguardia.

No podemos caer en el anacronismo de juzgar aquellos tiempos con la mentalidad de ahora. Era una sociedad que unos periódicos, unos periodistas, unas informaciones que han sido siempre muy importantes. Con lo cual, se resalta el dinamismo de esta sociedad.

Yo no creo que un periódico sea algo que nace por generación espontánea en un lugar, sino que es fruto de lo que piensa y siente esa sociedad.

“La Verdad” nació con EDICA como empresa, pero como resultado de esta sociedad. La empresa nuestra, del grupo “Correo”, –que abarca siete periódicos punteros en las regiones donde están, es el grupo de periódicos regionales más importante que hay en España– se fijó en el dinamismo e importancia de esta sociedad, en su situación estratégica, en su capacidad de generar riqueza, ideas y le pareció que era un periódico muy

importante para entrar y no dejar que fuera languideciendo. De alguna forma, eso era lo que estaba ocurriendo. Entró haciendo una fuerte inversión, casi 2.000 millones de pesetas. Este es un periódico que tiene pasado y un futuro. Se hizo la inversión sin tener ninguna duda de que Murcia es una Región donde invertir es importante y da buenos resultados.

– La fidelidad del lector al periódico es notoria. ¿Qué queda de la línea católica y a qué se debe que la gente siga leyendo “La Verdad”?

– Lo que se conserva desde su inicio es la idea de servicio a esta sociedad, de recoger lo que se piensa para intercambiarlo entre los lectores, pero al mismo tiempo rebotarlo hacia el resto de España para que se sepa cómo es realmente Murcia. Nosotros en el nuevo periódico queremos conservar todo aquello que ha sido importante en el

Los 47.500 lectores diarios durante 1992, según OJD, les convierte en el líder de las publicaciones de información general en la Región y le sitúa entre los 10 primeros de España.

El empuje y nuevos aires del diario no hubieran sido posibles sin la millonaria inversión aportada por el “Grupo Correo” (como se conoce a la cadena de periódicos regionales liderada por “El Correo Español”) y sin la supervisión de dos hombres: José Luis Castelló, director general, y Adolfo Roldán, director.



Adolfo Roldán, director del diario “La Verdad”

periódico “La Verdad”, que fue mucho y a mí no me duelen prendas en recoger y recuperar aquellas cosas que se hicieron muy bien y que dieron importancia a este periódico.

LA COMPETENCIA

¿Por qué siguen los lectores?, porque sigue siendo un gran periódico, que



Adolfo Roldán, director; José Luis Castelló, director general.

conserva todos los valores, que en el fondo son los de esta sociedad, y de alguna forma, se es fiel también a como es Murcia.

Es el número nueve de España, quizá esté entre los seis primeros en cuanto a forma.

– Cuando sólo existía esta cabecera en la Región, en la calle se abogaba por la competencia. Tras la aparición de ésta, la Verdad sigue siendo líder y además se supera a sí mismo periódicamente...

– A nosotros, como redacción, nos ha venido muy bien que vengan otros periódicos porque si no, uno puede caer en , lo que aquí es tan popular: la siesta.

Es importante ir aprendiendo todos los días de los propios errores, de las virtudes que se puedan tener y del trabajo de la competencia. Hay que tener el suficiente grado de humildad para hacerlo. Al mismo tiempo, el suficiente grado de inteligencia para hacerlo.

Yo exijo a este periódico porque tenemos una responsabilidad con la sociedad. Nos mantiene la seriedad; no puede ser un periódico que hoy lleve una línea y mañana otra. Es muy importante el peso que debe tener un periódico. Una seriedad muy alejada del sensacionalismo. Tratar de darle al lector lo que de verdad ha sido importante ese día y no caer en la tentación de porqué ésto es muy llamativo, lo vamos a destacar. Es buscar la proporción exacta de lo que ocurra y al mismo tiempo, saber recoger lo que realmente está ocurrien-

do en la sociedad. Quizá ese sea el milagro, así como la cualificación de los periodistas, tratar de que se vayan superando. Que cada vez sean más modernos sin olvidar que somos murcianos.

– ¿Ser el número uno en la Región puede conllevar que ciertos poderes regionales se sirvan de este medio para convertirlo en el portavoz oficial?

– Sí puede llevar, claro. Otra cosa es que lo hagan y otra cosa es que nosotros nos dejemos hacerlo.

Los periódicos de nuestra cadena somos institucionales, comprometidos con la Democracia. Esta funciona y se hace día a día a través de unas instituciones que es la forma para que la Democracia llegue a las personas y viceversa.

No podemos dilapidar al señor o señora que está en un cargo público, ya que está ahí porque ha sido elegido por la mayoría de los murcianos o porque les ha designado su partido y merecen un respeto.

Lo que sí hay que hacer, y quizá ahí está la clave del periodismo, es que tenemos que ser críticos con la institución, y eso no lo podemos abandonar, sino, no somos periodistas. Pero críticos con responsabilidad, prudencia. Nuestro lenguaje tiene que recoger todas aquellas inquietudes de la gente y hacérselas llegar al poder y viceversa.

CRISIS DEL GOBIERNO

– ¿Es por ello que durante la reciente crisis en el gobierno regional ustedes

estuvieron arrojando a Carlos Collado, con editorial incluida?

– Nosotros hemos tratado de ser consecuentes hasta el final. Nuestra postura en el tema de Collado ha tratado de ser clara y creo que así lo ha entendido la gente. Pretendíamos con ello que se gobernara en esta Región y por tanto, éramos críticos con Collado cuando no gobernaba en esta Región, pero también críticos con el partido que debía apoyarle, que tenía que colaborar y que tenía responsabilidades de gobierno en esta Región.

También críticos con la competencia porque tenían que ayudar, y no aprovechar una situación, para que se siga gobernando en esta Región, que necesita mucho y tenemos muchos problemas.

Cuando existen dificultades entre una institución y el partido que lo sustenta, lo lógico es que se analice con seriedad, se vea la solución con seriedad y se resuelva con seriedad y rapidez. No puede estar una sociedad traumatizada por unos problemas internos de un partido y un gobierno en teoría sustentado por ese partido.

Cuando se sacan razonamientos que a nosotros no nos parecen adecuados para tratar de descabalgarse a esa institución, cuando no se coge el problema con seriedad y transparencia, pues nosotros tenemos que denunciarlo. Si había un problema, que lo había, y no podía seguirse gobernando –yo creo que era así, porque no puede haber esa separación entre partido y gobierno– el partido tenía que haber resuelto el problema en casa.

No tenían que haber sacado el tema de Casa Grande, temas de corrupción. Al final, ¿qué queda?, que Murcia también está en el tema de la corrupción. Si hubiéramos tenido pruebas, habríamos sido los primeros en estar ahí para denunciarlo, como hemos hecho en muchas ocasiones. Pero no podemos colaborar en crear una imagen de corrupción y decadencia cuando el problema era otro.

LISTA DEL NUEVO GOBIERNO

– *Insistiendo en la utilización de los medios de comunicación. ¿Cómo se explica que ustedes tuvieran la lista del nuevo gobierno regional antes que los demás, cuando no se valieron de ustedes para denunciar la situación política antes referida?... Además, es que no fallaron en los nombres...*

– Fue un equipo de cinco o seis redactores dedicado a llamar a más de 60 personas y tratando de unir informaciones.

No se nos facilitó en ningún momento nada, no tuvimos ninguna prebenda. Simplemente el esfuerzo, y créame, es así, de que era obligación nuestra adelantarnos y tratar de conseguir esa información tan importante para el futuro de la Región.

Habían tres personas, según sabíamos, en posesión de la información. Ninguna de ellas nos facilitó la lista.

– *¿No se filtró?, porque no se equivocaron en los nombres...*

– Créame que no se filtró. No le engaño. No solamente no se filtró sino que, una vez publicada, les causó una gran sorpresa a los tres. La propia presidenta dijo que quería investigar cómo había sido.

Se trató de una labor de equipo. Lo que significa que los periodistas, trabajando bien, pueden conseguir muchas cosas.

– *Ya puede estar contento...*

– La verdad es que sí.

– *Un lector de su periódico me comentó en una ocasión que estaba suscrito a La Verdad porque lo primero que hacía cada día era leer las esquelas. Un dato llamativo...*

– Cualquier empresario de prensa sabe que uno de los datos importantes son las esquelas; otro, los anuncios por palabras. Hay dos sistemas para medir el número de ventas de un periódico: la OJD y el Estudio General de Medios. Por esos sistemas, somos el noveno periódico que existe hoy en España y esperamos seguir subiendo.

– *Entre una información importante*

que pueda afectar a una subvención que reciban del organismo que es noticia, ¿cuál elige?

– Nosotros tenemos una orden, primero noticias que son de comunidad, tema del día, temas políticos, sociales, sanidad, educación, cultura, etc...

Luego hay temas muy importantes que van en las páginas de cultura. Hay temas muy importantes que van en las primeras páginas de comunidad. Hay otros temas que son muy importantes y que nosotros tratamos de llevar adelante, que son los municipales, en Murcia, Cartagena, Lorca, que están más próximos al ciudadano y nosotros cada vez más queremos darle importancia. Lo mismo el tema de los pueblos y pedanías.

Lo que interesa al murciano no se acaba en los límites de su Región, sino que cada vez es más universal... muchas de las cosas que ocurran en Bruselas, en Londres...

– *Sí, pero no me contesta a la pregunta.*

– Nosotros somos periodistas y lo que tenemos claro es que vamos a la noticia. No creo que retiraran la subvención porque se publicara la información, ya que daría un nivel bastante pobre de esos políticos.

En mis más de 20 años de periodista, jamás me he encontrado con un tema así. Pero, daríamos la noticia y luego pelearíamos por esa subvención a la que no renunciaríamos si tuviéramos derecho.

– *“La Verdad” ha sido cantera de profesionales, en especial de periodistas.*

– Sí y nos gustaría que siguiera siendo. Lo que tratamos de hacer es enseñar un sistema, de seguir la tradición; pero un sistema de hacer el trabajo con seriedad y que no tiene grandes misterios y consiste en trabajar todos los días, en no estar conforme todos los días con el trabajo, no recrearse en lo que se ha hecho.

Somos trabajadores intelectuales, lo que nos obliga a estar pensando todo el



día, a tener ideas y a ser también lo suficientemente inteligentes para saber que un equipo puede más que una persona. Es fundamental crear un equipo.

SISTEMAS SOFISTICADOS

– *¿Qué innovaciones tienen en perspectiva?*

– Tecnológicamente, necesitamos pantallas nuevas o sistemas cada vez más sofisticados. En esta profesión uno no se puede quedar parado porque retrocede 10 años. En algunas delegaciones hemos empezado a cambiar el sistema, en Alicante, Elche...

En el tema periodístico, queremos recuperar –y esta es una de mis debilidades– aquel suplemento que fue muy importante en “La Verdad”: “Verso y prosa”, donde escribieron grandes poetas, novelistas y autores, miembros de la Generación del 27... Me gustaría recuperarlo con toda la dignidad del mundo, modernizándolo y recogiendo toda la preocupación filosófica, literaria...

En lo económico, queda mucho por hacer. Coincidiendo con el 90 aniversario, se iniciará un acercamiento a nuestra tierra.

Tenemos en proyecto acudir cada vez más a los municipios, a hablar cara a cara con ellos para explicarles cómo es el periódico, escuchar sus problemas directamente y reflejarlos luego en el diario ■

Mariana Fernández - Periodista

¡Y sin embargo... tan nuevo!

Las nuevas tecnologías, clave para el éxito



José Luis Castelló, director general de La Verdad.

– José Luis Castelló, director general de La Verdad, cuando “los vascos” compraron la cabecera en 1988, la difusión era de unos 39.000 lectores diarios y los datos de 1992 les sitúan en unos 47.500. En sólo cuatro años han obtenido un importante crecimiento...

– Se ha aumentado en unos nueve mil lectores al día. Hemos mejorado el producto en sus contenidos, con una línea editorial muy abierta, donde no se busca un sector determinado de la población, sino que pretendemos que todos los sectores puedan leer el periódico.

Mejora de contenidos, mejora de equipos redaccionales, aportación de firmas que tenemos en todo el grupo. Mejora de los aspectos técnicos del diario. La calidad fue lo primero que empezamos a estudiar en cuanto a inversiones en técnica, maquinaria, rotativas, informática...

El periódico que se hacía a finales del 88 con el de ahora no tiene nada que ver en cuanto a calidad técnica y de contenidos redaccionales.

También invertimos en promoción del periódico, con fascículos...

– Ustedes son arriesgados porque en época de crisis empujan fuerte; con nuevas instalaciones. Para Murcia, está más que bien.

– Hay que tener en cuenta que estamos entre los diez primeros periódicos de España de información general en estos momentos. Lo que quiere decir es que Murcia sobresale dentro de panorama de difusión periodística.

Esta inversión no la diseñamos en época de crisis, lógicamente. La crisis se empezó a notar a finales del 90, principios del 91, cuando ya estábamos inmersos totalmente en nuestro proyecto de inversión y ya no había forma de dar marcha atrás. No nos hemos arrepentido.

No estamos sufriendo por haber hecho una inversión o haber planificado una inversión en época de crecimiento. El periódico está respondiendo, ha respondido, y la inversión se está absorbiendo perfectamente.

– Pero el sector periodístico se está viendo tocado por la actual crisis económica. ¿Cómo la viven ustedes?

– A todos nos toca una parte de la crisis. Unos la sufrirán más que otros. Nosotros, al ser un periódico líder, parece ser que se sufre menos, aunque también la estamos notando.

Esas alegrías de crecimiento de la inversión publicitaria de otros años la hemos dejado de tener. Estamos incluso, en un estancamiento respecto a cifras de años anteriores.

La única solución es incrementar nuestro esfuerzo comercial y restringir gastos por donde se pueda afrontar la crisis. No hay tampoco varitas mágicas frente a la crisis, sino lo que nos pide el Gobierno: “apretar el cinturón”.

– ¿Se puede concebir hoy un periódico sin su fascículo o vídeo extra correspondiente?

– Si todo los periódicos nos pusiéramos de acuerdo en renunciar a estos sistemas de promoción de venta, no los tendríamos. Esto fue una carrera que

alguien empezó, le fue bien y todos hemos continuado. Una vez que estamos todos, lo que no puedes salirte tú sólo, porque entonces te pueden comer.

De no hacerlo ninguno estaríamos en unos niveles de lectura y compra de periódicos más bajos de los actuales, pero cada uno en su nivel; simplemente sería el producto.

Lo que ocurre es que estas promociones, a largo plazo, son buenas porque acostumbras a personas que no lo están a comprar todos los días el periódico, y por otros medios no lo conseguirías.

La televisión es una competencia feroz para la prensa porque es mucho más cómodo ver la tele que leer e ir a comprar un periódico. Estos sistemas ayudan a incrementar el índice de lectura, que en este país es muy bajo.

– ¿Para este verano preparan algún extra?

– Sí. Vamos a repetir la experiencia del año anterior del juego de rascar una tarjeta donde se reparten unos premios y que han tenido una gran aceptación.

– ¿Hay capacidad en el mercado regional para tres periódicos dedicados a la información murciana, teniendo en cuenta el índice de lectores?

– Son muchos. Quizás, con el nivel de lectura que hay en la Región, tres parecen muchos. A mí me viene bien y creo que no es malo tener competencia, pero quizás alguno lo esté pasando mal.

– ¿Cuál es el futuro del sector periodístico?

– El futuro, con toda la tecnología que se nos viene encima, está entre nieblas, porque no sabemos dónde vamos a parar con todas las tecnologías audiovisuales de comunicación, del ordenador en casa, de la noticia, del periódico en casa, del fax... Será muy difícil que la tecnología desbanque al hecho de coger el papel y leerlo tranquilamente. Pero tampoco puedo hacer augurios de ninguna naturaleza porque la tecnología a veces hace cosas inimaginables.

¿Será el futuro darle a un botón y en una impresora que tengas en casa aparezca el periódico? ¡Qué será hecho por nosotros!, pero de otra forma. Prensa escrita siempre existirá, pero lo que cambiará es el método de hacerlo ■

En el último Club de Debate que organizó la Asociación de Radio y Televisión Murciana, los asistentes tuvieron la oportunidad de escuchar a personalidades tan importantes del mundo de la comunicación española como Julio Bernárdez, corresponsal de TVE en Bruselas, y Alfonso

Cavallé Sesé, subdirector general de la cadena de radio Antena 3. El primero intervino en una conferencia el pasado dos de abril y el segundo, la semana anterior. Ambos formaron parte del ciclo de conferencias, organizado por la Asociación Regional de RTV.

“La CE ha sido un mercado libre que nos ha hecho el club más rico del mundo”



Julio Bernárdez, corresponsal de TVE en Bruselas.

JULIO Bernárdez, corresponsal de TVE en Bruselas, dijo entre otras cosas a los medios de comunicación que: “creo que la CE es en la actualidad una enorme máquina burocrática. Sin la burocracia no habría sido posible el proyecto europeo. Por otra parte, si es verdad que hasta ahora no es más que un gran hipermercado; eso es lo que intenta corregir Maastrich. Es por ello que los países que sólo han sido partidarios del

supermercado como Gran Bretaña y Dinamarca son los más reacios a ratificar este tratado. De todas formas ha sido un mercado libre que nos ha hecho el club más rico del mundo”.

El corresponsal de TVE en Bruselas también afirmó que “tanto los funcionarios como los representantes en la CE se sienten europeos, ellos son los que hacen Europa, porque al final saben que tienen que pensar en el mínimo denominador común para salir adelante. Pero es evidente que defienden los intereses de su país, es indudable”.

Julio Bernárdez explicó que: “hay razones suficientes para que llegue la unidad económica y por tanto la unidad política. Hay razones que obligan a esta causa. Cuando llegue la moneda única alguien tendrá que gestionarla. Además, no se puede vivir sólo de ser la primera potencia comercial del mundo, enfrentando a otras superpotencias que tienen un gobierno homogéneo. La unidad llegará a base de pactar y discutir todos los temas.

“Hay razones suficientes para que llegue la unidad económica y por tanto la unidad política”

“Las empresas tienen que buscar su rentabilidad pero sobre todo su estabilidad”

ALFONSO Cavallé Sesé, Subdirector General de la cadena Antena 3 Radio manifestó que: “durante el año pasado tuvimos unos beneficios después de impuestos 585.000.000 de pesetas, por lo que Antena 3 es una de las empresas más saneadas si no la que más, muy por encima de Onda Cero y Cope”.



Alfonso Cavallé, subdirector general de Antena 3.

El Subdirector General de Antena 3 ofreció en el Palacio del Almudí

una conferencia titulada “Diez años de Radio”, englobada también en el Club de Debate. Alfonso Cavallé es también presidente de la Asociación de Radios Privadas de España. En su charla aseguró que, a pesar de que la emisora bajó de audiencia con la salida de José M^º. García, obtuvo importantes beneficios.

Cavallé afirmó que: “las empresas tienen que buscar la rentabilidad pero también su estabilidad, y para una empresa que tiene unas grandes inversiones es muy problemático depender de muy pocas personas, puesto que siempre tendrá amenazada su estabilidad. De esta manera, efectivamente, en Antena 3 de radio, habremos perdido a dos grandes comunicadores (José M^º. García y a Luis Herrero, ambos de la Cope), pero creo que hemos ganado algo de estabilidad y tranquilidad cara al futuro”.

Cavallé Sesé opina que no se trata de una estrategia inventada por Antena 3, puesto que la propia Cope sufrió un bajón de audiencia aún más grande que el nuestro cuando se marchó de ella Luis del Olmo y entró en Onda Cero.

Por último, Alfonso Cavallé discrepa de las opiniones de otros directores cuando afirman que las grandes estrellas radiofónicas nacen y no se hacen. Cavallé expuso lo que, a su parecer han servido de ejemplos para la práctica. Dijo al respecto que Antonio Herrero es uno de estos casos. Se formó en Antena 3, a partir de 1982 y hoy es uno de los grandes comunicadores radiofónicos de este país y ese profesional se ha hecho en Antena 3.



CaM de **BiA**
AIRES

XACOBEO
GALICIA

XACOBEO '93

Puente aéreo especial a Santiago de Compostela todos los domingos y jueves desde Valencia

DESDE

26.900 Ptas. + TASAS

INCLUYE:

AVION + ALOJAMIENTO +
TRASLADOS + ASISTENCIA + SEGURO

TENERIFE

Puente aéreo especial a Tenerife todos los miércoles desde Valencia

8 días DESDE

35.100 Ptas.

15 días DESDE

40.900 Ptas. + TASAS

INCLUYE:

AVION + ALOJAMIENTO +
TRASLADOS + ASISTENCIA + SEGURO



HALCON
VIAJES

CICL 37 03
MURCIA Alfonso X El Sabio, 14. Tel.: 24 12 54

MALLORCA

Salidas especiales en avión
todas las semanas desde Albacete

MEDIA PENSION
8 días DESDE **21.300** Ptas.

MEDIA PENSION
15 días DESDE **31.300** Ptas.

INCLUYE:

AVION + ALOJAMIENTO + (PENSION COMPLETA) +
TRASLADOS + ASISTENCIA + SEGURO

BENIDORM

PENSION COMPLETA
8 días DESDE **12.900** Ptas.

PENSION COMPLETA
15 días DESDE **22.900** Ptas.

INCLUYE:

ALOJAMIENTO + (PENSION COMPLETA)
ASISTENCIA + SEGURO

Y además,

nuestras Largas Distancias.
Ahora le acercamos
exóticos países a precios
magníficos

Santo Domingo

Brasil

Cancún

Acapulco

Bangkok

SALIDAS SEMANALES

DESDE **79.900** Ptas.

INCLUYE:

AVION + ALOJAMIENTO +
TRASLADOS + ASISTENCIA

Ningún rincón de la Región sin teléfono

Antes de que finalice el año 1995, según un convenio Telefónica-Comunidad Autónoma

Todos los rincones de la comunidad murciana tendrán teléfono antes de que finalice el año 1995, después del último convenio firmado por esta empresa y la Comunidad Autónoma, que financiará la tercera parte del proyecto, según aseguró Luis A. González, director provincial de Telefónica en Murcia.

También dijo que la implantación del GSM, sistema pan europeo, supondrá una ventaja considerable para los viajes sin distancias concretas. A lo largo de este año, también se pondrá en marcha en Murcia.



Luis A. González Fernández, director provincial de Telefónica en Murcia.

¿Cuáles son las novedades o mejoras que se van a implantar en breve en el mercado?

La ampliación de la telefonía móvil, que va a cubrir casi el 90% de toda la región durante el presente año, es una buena novedad. También con respecto a la telefonía móvil automática, la implantación del GSM, que es un sistema pan europeo con el que se podrá viajar por toda Europa sin problemas de comunicación; el teléfono será exactamente el mismo que se comercializa actualmente. Este año se implantará de forma experimental en veintidós provincias españolas, entre las que figura Murcia capital. Este sistema solucionará también los problemas que planteaba la telefonía móvil en la navegación al distanciarse las embarcaciones de la costa.

En telefonía, ¿está todo inventado?

No, la telefonía en los próximos años va a sufrir una evolución muy importante, creo que se va a pasar del teléfono familiar al teléfono personal o de bolsillo.

Práctica y uso del teléfono móvil.

Hace tres años el teléfono móvil era poco utilizado, pero se está incrementando su uso enormemente; comenzamos con un sistema que utilizaba una frecuencia de 450 Mghz que actualmente está prácticamente en desuso y se pasó a utilizar una frecuencia de 900 Mghz que proporciona más calidad y al ser un procedimiento utilizado en casi todo el mundo permitió reducir los costes de los aparatos, que inicialmente costaban 500.000 pesetas, podemos

encontrarlos ahora en el mercado por 35.000 pesetas.

La utilización de la telefonía móvil es casi exclusiva del empresariado y profesionales liberales que precisan estar comunicados en cualquier momento aunque como me he referido anteriormente la tendencia de esta telefonía es para uso personal.

El costo de la llamada es, en comunicaciones interurbanas e interprovinciales, de aproximadamente del 18% más que una llamada efectuada de un teléfono convencional.

¿Se superó el teléfono 903?, y ¿qué métodos se emplearon después de la polémica?

Sí, se superó, pero no del todo, en estos momentos podemos anular estos servicios en nuestras centrales digitales, que corresponden al 30% de las existentes y esperamos que en un plazo de dos meses podamos rescindir dicho servicio en el resto de las centrales.

Respecto a los métodos empleados, concretamente en Murcia, se desarrolló un procedimiento que permite detectar las variaciones en la facturación de nuestros clientes e interponiendo un dispositivo se averigua el número donde se está realizando la llamada y posteriormente se informa al cliente y se verifica el uso de dicho servicio, este método dio muy buen resultado y se implantó en otras provincias españolas.

En parte, ¿fue culpa de Telefónica?

"A la Telefónica nos cogió de incautos aunque la gente no pueda creérselo";

nosotros ofrecimos un servicio, y en mi opinión, "alguien" tendría que haberlo legislado, ya que el 903 tiene otras muchas funciones como: la información meteorológica, bursátil, etc... los mismos clubes del Real Madrid y Atlético lo utilizan para dar información; pero alguien vio el negocio de lo erótico y quizá también nosotros tardamos en reaccionar. Actualmente, existe un código ético que regula este tipo de servicio, requiriendo un permiso administrativo, con lo cual hasta cierto punto está controlado. "Telefónica lo que hace es poner una autopista y los coches que circulan por ella no es cosa nuestra".

¿Es beneficioso el monopolio de Telefónica?

Es y no es beneficioso; sería altamente beneficioso si no tuviéramos que llegar con el teléfono a todos los rincones de la geografía; con esto quiero decir que evidentemente la instalación de terminales en pedanías, zonas rurales y viviendas de veraneo, nos resulta muy caro, primeramente por la necesidad de en algunos casos instalar la propia línea y en segundo término porque son teléfonos de bajo consumo. No obstante, para telefónica, lo primero es llegar a todos los rincones de la Región, para que ésto se produzca definitivamente a finales del año 1995, hemos firmado un último convenio con la Comunidad Autónoma, que financiará la tercera parte del proyecto de tal modo, que por medio de un sistema de emisión de ondas se instalarán todos los aparatos por el mismo importe ■

RÓTULOS

ALBA

- Rotulación adhesiva profesional
- Marcaje de vehículos
- Rótulos luminosos y opacos
- Vallas, pancartas, expositores, etc...
- Lucernarios y cubiertas de policarbonato
- Decoración de neón y cristales
- Hojas magnéticas

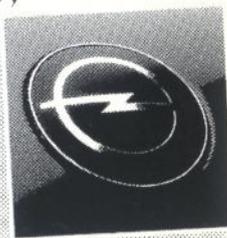
C/. Aledo, 4 - Ctra. Alcantarilla, km. 1,5 - 30010 MURCIA - Telf./Fax: 25 95 91



FIELES A NUESTROS PRINCIPIOS



*Profesionalidad,
Experiencia
y Atención.*



Los tres principios básicos de Motor Sureste. Concesionario Oficial Opel.

Unas instalaciones donde podrá admirar toda la gama Opel. Corsa, Astra, Vectra, Calibra, Omega y Senator, con los más avanzados servicios de chapa y pintura, mecánica, electricidad y todos los recambios originales Opel. Visite nuestras

instalaciones. Un cualificado equipo de profesionales le estará esperando. Motor Sureste. Fieles a nuestros principios.

OPEL

L E E S P E R A M O S

MOTOR SURESTE

Ctra. El Palmar, s/n. Telf. 34 13 00. MURCIA
CONCESIONARIOS OFICIALES OPEL, MEJORES POR EXPERIENCIA.



José Pérez Fernández
Director General
de Relaciones Institucionales
de la Comunidad Autónoma
de la Región de Murcia

Los medios de comunicación europeos

LOS avances tecnológicos, la cualificación de la mano de obra y la necesidad de alcanzar una mayor competitividad ha desembocado en una concentración de las empresas. Esta filosofía es precisamente la que avala y respalda el Mercado Interior Europeo.

A nadie se le escapa que a finales del siglo XX y en el entorno económico mundial, la supervivencia de las empresas está supeditada a cumplir lo más adecuadamente posible estas premisas —tecnología avanzada, mano de obra cualificada, agrupación de empresas— para abaratar los costes y conseguir una mayor competitividad gracias a la oferta de mejores productos a precios más competitivos.

El problema que se plantea en el sector industrial de los medios de comunicación es el de cómo conseguir, sin olvidar la competitividad, el pluralismo informativo necesario en nuestro entorno democrático. Pero hay otro aspecto más que debemos contemplar: cómo compaginar la libre circulación de servicios informativos respetando la libertad de los derechos de las personas y por otro lado la libertad de expresión dentro de ese mercado sin fronteras.

Recientemente, la Comisión de las Comunidades Europeas ha realizado un estudio, sobre "Pluralismo y Concentración de los *Medias* en el Mercado Interior" conocido como el libro verde de los medios de comunicación y al que me voy a referir en las líneas siguientes.

El sector de los **mass media** se caracteriza por un nivel de concentración demasiado elevado, en contraposición con otros sectores, y por un complejo tejido de redes de participación y de propiedad de los medios en manos de unos pocos, pero grandes operadores nacionales.

Sin embargo, las operaciones de concentración en este sector, no tienen por qué tener un efecto positivo o negativo en el concepto de pluralismo,

entendiendo como tal "las acciones positivas en favor de la libertad de expresión y la diversidad de las fuentes de información".

Si analizamos las concentraciones europeas, según los medios, podemos comprobar que, contrariamente a lo que se venía diciendo, la diversidad de control para la T.V., a excepción del Reino Unido y Dinamarca, ha aumentado entre 1980 y 1990, sobre todo en España con la concesión de tres nuevos canales, en este caso privados (Tele 5, Antena 3 y Canal +). Sin embargo, los medios públicos tienen la mayoría de la audiencia en más de la mitad de los estados miembros: Portugal, 100%; Dinamarca, 93%; Holanda, 76%, Irlanda, 73%, Alemania, 71%, Bélgica, 53%; Grecia, 50%; Italia, 50%; España 71%. En el caso español este dato hay que verlo con reservas puesto que no contempla los datos recientes de las cadenas privadas.

En el campo de la radio hay un mayor número de cadenas privadas. Sin embargo, la mayoría de la audiencia en los países miembros se inclina también por las cadenas públicas, Alemania, 83%; Dinamarca, 78%; Bélgica, 66%; Reino Unido, 64%; Irlanda, 62. No así en España, con un 15% solamente.

Para el sector de la prensa la proliferación de títulos es mayor si tenemos en cuenta no sólo los periódicos con vocación nacional sino los diarios regionales o locales. En este caso, el pluralismo es evidente pero, se da la circunstancia que en la mayoría de los países comunitarios los dos primeros editores absorben más del 50% de la tasa de circulación.

Los tres tipos de medios informativos proporcionan una información plural y un sector puede ser alternativo o sustituto de otro dependiendo del entorno en el que nos movamos. En todos los países salvo España, Portugal y Grecia, la mayoría de las personas utiliza los tres

tipos de medios: radio, televisión y prensa, en cuyo caso la información que recibe es complementaria.

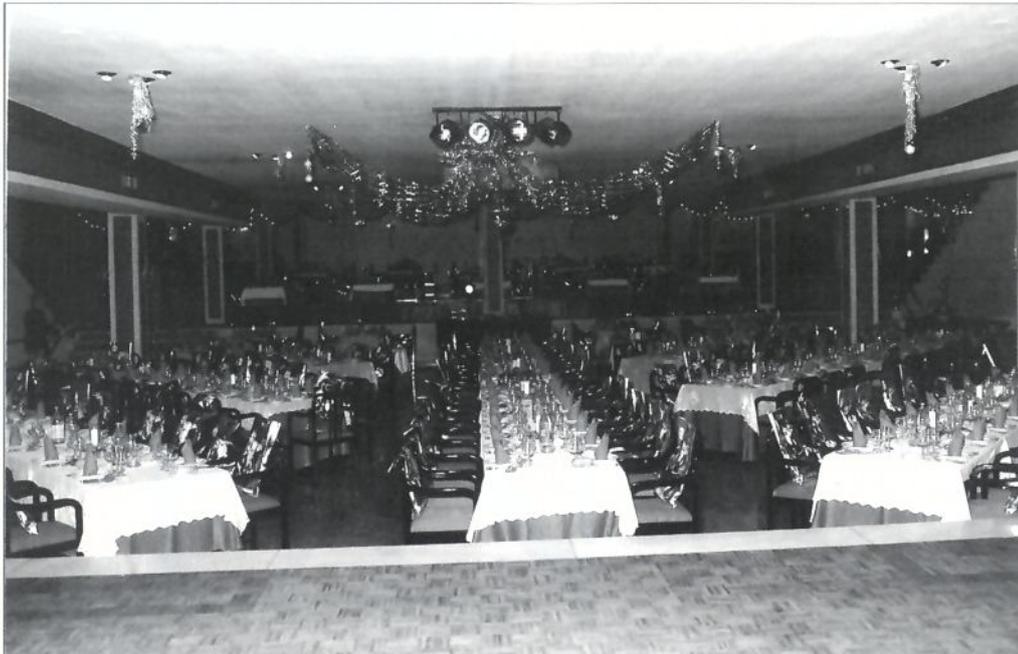
Hasta ahora, las empresas de comunicación estaban muy polarizadas, tanto por el medio en el que se movían, como por el territorio en el que se ubicaban y al que dirigían su actividad. Sin embargo, el desarrollo de la industria audiovisual ha propiciado un interés creciente de los editores de prensa en el sector de la televisión por las perspectivas de crecimiento de este último. Al mismo tiempo, ese cambio de actitud hacia otros sectores de comunicación se ha canalizado también hacia otros países, propiciado por la Comunidad Europea en la consecución de una televisión sin fronteras.

Cómo conseguir esa televisión sin fronteras y al mismo tiempo no colisionar con los intereses nacionales. La legislación de los países comunitarios ha estado dirigida a proteger y mantener el pluralismo, promoviendo la diversidad de los medios mediante el mantenimiento del sector, con un sistema de ayudas a la producción y a la difusión, o apoyando la independencia de los periodistas. En algunas legislaciones, algunos países han ido más lejos y además de las normas anti-concentración, hay restricciones discriminatorias que impiden el acceso a la propiedad de los medios de comunicación a los extranjeros, aún siendo nacionales de un país comunitario (Bélgica, Grecia, Portugal).

Estas normas restrictivas y contrarias al derecho comunitario (arts. 51 y 221 del tratado) no pueden invocarse con pretexto de mantener el orden o la seguridad pública (casos previstos para limitar la libre circulación de servicios). La nueva problemática está siendo estudiada por las partes implicadas y la Comisión de las Comunidades Europeas. El libro verde es un acercamiento a la industria de los medios de comunicación y en ese marco se han de contemplar las posibles soluciones ■



Royal Place



- Sala espectáculos • Restaurante • Sala de baile
- Sala de Congresos y Convenciones • 6.000 m. de jardín aparcamiento

Ctra. de Santa Catalina, s/n. – Telf.: 26 79 83 – MURCIA



DESARROLLO DE PROGRAMAS CORPORATIVOS

PROFESIONALES EN CAMBIOS DE IMAGEN

ATENCION INDIVIDUALIZADA AL CLIENTE

PERTENENCIA A SIGNS & SERVICES

Fábrica:

Ctra. de Madrid, km. 384
Polg. Ind. El Tiro - 30100
Espinardo - Murcia
Tlf. (9) 68. 83 52 11
Fax. (9) 68. 83 53 54
ESPANA

Delegación Comercial:

C/. Alburquerque, 29
Entlo. A.
28010 - Madrid
Tlf. (9) 1. 448 51 77

**Miembro de Signs & Services
International:**

17, rue de L'Arc de Triomphe
75017 - Paris - FRANCIA
Tlf. 33 1 43 57 02 72
Fax 33 1 43 57 37 61

Socios en:

REINO UNIDO
ALEMANIA
FRANCIA
SUIZA
BELGICA

II Curso de Formación de Formadores

El pasado 16 de junio se clausuró el II Curso de Formación de Formadores, o mejor, de Especialidad Docente, que así es su verdadera denominación.

Otros trece asociados han podido beneficiarse de estas enseñanzas que les servirán para desarrollar sus facultades como docentes y, estamos seguros, también les habrán enriquecido como personas.

EL Director Provincial, José Sánchez Ros; la Subdirectora del Área de Formación, Rosana Sausol Palazón; Julián Mayoral, Jefe de la Sección Técnica de Formación Ocupacional; y Enrique Sancho Nieto, Coordinador del curso, fueron las autoridades del INEM que asistieron a la clausura y entregaron los diplomas acreditativos a los alumnos.

El Instituto Nacional de Empleo ha cumplido a la perfección el Convenio que suscribimos con ellos el pasado año, impartiéndonos estos dos cursos de Formación de Formadores. Ahora nos toca cumplir a nosotros, y estamos totalmente dispuestos y abiertos a hacerlo. Para ello:

- Satisfaremos ampliamente los requisitos necesarios para poder llegar a ser Centro Colaborador del INEM, con el fin de que se nos pueda conceder la impartición de cursos relacionados con nuestros medios audiovisuales.
- Nos ofrecemos para ayudar y asesorar al Observatorio Permanente de la Evolución de las Ocupaciones del INEM en todo lo concerniente a la denominación de las categorías, y confección de: listado de tareas, análisis de los puestos de trabajo, guías didácticas, etc., de las distintas profesiones y ocupaciones de los medios y emisoras de nuestra Región. Y cualquier otra cosa que se nos solicite.
- Compartiremos con ellos todos los datos que poseamos sobre paro y demanda de empleo, sugiriendo en su caso las estrategias referentes a formación que pudieran servir para la reinserción en el mundo laboral de nuestros profesionales.

La Asociación tiene que hacerse un hueco, y ganarse su propio lugar, en el panorama regional de los medios audiovisuales. Y debe hacerlo basándose en dos premisas fundamentales: seriedad y profesionalidad. La eficacia será lógica consecuencia de las dos.

Somos una Asociación sin ánimo de lucro, por lo tanto, por NO tener que ir "a por la pela", podemos centrarnos en la única parte verdaderamente importante: la enseñanza. Seleccionar el nivel idóneo, los conocimientos adecuados, los profesores más apropiados, etc., en fin, poner en práctica lo que hemos aprendido en los dos Cursos de Formación de Formadores que hemos recibido. Todo ello nos sirve para poder mejorar la parte didáctica y metodológica de los cursos que podamos impartir ■



Los alumnos de la II Promoción del Curso de Especialidad Didáctica (Formador de Formadores):

Detrás: Eduardo Martínez Marí, de TVE; Carlos Llorente Torres, de TVE; Luis Pardo Villarino, en paro; José Fernando Ortuño Cortés, independiente (Cartagena), Josefa Cárcel Hernández, independiente; Andrés González Martínez, de Radio Murcia, Cadena SER.

Delante: José Luis González Medina, independiente; Francisco López Cascales, de Onda Regional; Antonio García Torres, de TVE; Pablo Frutos Campillo, en paro; José Navarro García, de Radio Popular, Cadena COPE; Felipe Nicolás Benedicto, de Onda Regional y Juana Ruiz del Cerro, docente del curso. (En la foto falta Julio Antonio Díaz Hernández, de Onda Cero, que no pudo asistir por motivos de trabajo).



Conversando con nuestro Presidente, las personalidades del INEM asistentes al acto:

- Julián Mayoral, Jefe de la Sección Técnica de Formación Ocupacional.
- José Sánchez Ros, Director Provincial.
- Rosana Sausol Palazón, Subdirectora de Empleo y Formación.
- José García Solano, Presidente de la Asociación.
- Enrique Sancho Nieto, Coordinador.
- Juana Ruiz del Cerro, la simpática docente de nuestros dos cursos.



- ENTRA EN TU CONCESIONARIO PEUGEOT.
 - POR VENIR, GRATIS EL CARNET SERVICIO VACACIONES.
 - POR PROBAR UN PEUGEOT, GRANDES REGALOS.
 - POR COMPRAR UN PEUGEOT, AIRE ACONDICIONADO GRATIS*.
 - DIESEL A PRECIO DE GASOLINA.*
 - LOS PRECIOS MAS FRESCOS Y UNA FINANCIACION MUY ESPECIAL.
- *SEGUN VERSIONES. VENTAJA NO ACUMULABLE.

Sol de
VERANO
PEUGEOT

VEN

SU CONCESIONARIO



PEUGEOT

AUSSA - Ctra. de Alicante - Telf. 968 / 23 04 50 - MURCIA

NOVAMATIC
olivetti

olivetti
PERSONAL
COMPUTER
DISTRIBUIDOR


Acisclo Díaz, 5 - Edif. San Miguel
Teléfono: 28 14 45 - Fax: 28 48 77
30005 MURCIA

TALLERES Y ALMACEN:
C/. Manú, nº. 5
Telf. 28 11 12 - MURCIA



Francisco Carles Egea

La comunicación a medias

VVIVIMOS en la complejidad y en la sobreabundancia de signos, advertía no hace poco Paniker, y desde su predicamento las cosas no han hecho sino complicarse. "Surgen de nuestro interior numerosas voces y todas ellas nos pertenecen. Cada "yo" contiene una multiplicidad de otros que cantan diferentes melodías, entonan diversos versos, y lo hacen a un ritmo diferente. Estas voces no siempre armonizan. A veces marchan juntas, otras veces no se escuchan unas a otras, o bien emiten sonidos discordantes" —termina de proponer Gergen, el del "Yo saturado".

Es tiempo de comunicarnos y con el sentimiento de la perentoria necesidad de estar informados al instante de lo que sucede, nuestro estilo de vida viene marcado por la exterioridad. Pendientes de lo que pasa, apenas se nos concede un respiro para reparar en lo que nos pasa, y hasta en circunstancias excepcionales como la reciente jornada de reflexión previa a las votaciones, en lo único que hemos podido reflexionar —des-habituados como estamos a este ejercicio— ha sido en la conveniencia de ponernos el chaleco, ya que el tiempo amenazaba lluvia.

Información y comunicación no son la misma cosa. Lo advirtió hace tiempo Robert Escarpit, el gran teórico de la materia: "La comunicación es un acto y la información en su producto". Ahora bien, conviene advertir que la comunicación es un acto que encierra una paradoja: tanto su presencia como su presunta ausencia generan comunicación, porque ésta es a su vez un acto de conducta y en el ser humano no es posible la no conducta. Metáforas de este hecho serían las sentencias que aluden a la elocuencia del silencio o a la ausencia de noticias como una buena noticia (no news, godd news). La información está relacionada con la entropía de sistemas, si seguimos a Shanon, Boltzmann y otros, que sintetizan en la fórmula: "la información es la anulación de la

entropía por la emisión de signos".

Si pasamos el discurso a otro registro, cabe proponer que la información es la energía básica del universo. Sería la quinta y definitiva energía, después de las ya reconocidas como la electromagnética, gravitatoria, nuclear débil y nuclear fuerte. La información es la manera como tiene Dios de ser todopoderoso, al poseer un disco duro que registra todo el horizonte de sucesos posibles.

La información es unidireccional.

"Es tiempo de comunicarnos y con el sentimiento de la perentoria necesidad de estar informados al instante de lo que sucede, nuestro estilo de vida viene marcado por la exterioridad"

La comunicación bidireccional, cibernética y circular. Por eso lo que llamamos medios de comunicación social son más bien medios de información, tímidamente dotados de retroalimentación (las cartas al director, los programas de radio que admiten llamadas de los oyentes o los intentos de televisión interactiva, serían modos de convertir la información en comunicación).

De la prevalencia de la información, que teóricamente debe dar cuenta de la realidad, se desprenden algunas consecuencias prácticas. La primera es que esta información misma tiende a suplantar la realidad que intenta explicar por una serie de fenómenos concurrentes como la catatimia, la subjetividad, la contaminación solapada de la noticia que se convierte en mensaje, la acumulación cíclica y el

efecto Larsen (compulsión a la repetición amplificada) la resonancia, la redundancia, el ruido que circula por el canal de comunicación, etc.

De ahí a la "deconstrucción" de la información en el sentido de Derrida media un paso. Como se sabe, Derrida ha ido más allá de la ya conocida norma según la cual el texto hay que entenderlo en el contexto, como sesgo logocéntrico, es decir la presunción de que las palabras reflejan el funcionamiento de la mente, convirtiendo así el caos circundante en un orden lógico. Derrida "deconstruye" el discurso. "No hay nada fuera del texto", sentencia. Las palabras cobran sentido por referencia a otras palabras, los escritos con otros escritos etc. Basándose en estas ideas Baudrillard habla de la "hiperrealidad" como un constructo de los medios de información que no tiene como objetivo tanto dar noticias del mundo, sino de referir sus historias a esas mismas historias otra vez contadas, con lo que se va produciendo un proceso acumulativo que va adquiriendo carácter de realidad inventada, como propone Watzlavick, perdiendo el norte de una presunta realidad real.

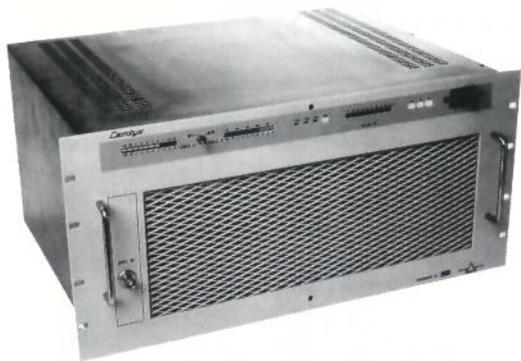
La creciente demanda de información va convirtiendo a ésta en el imperio de lo efímero, en palabras de Lipovetsky. Saturados por ella, sin tiempo de procesarla, para evitar el empacho, sólo nos queda la escapatoria de renunciar a cualquier acto de pensamiento. A lo peor lo que nos pasa es también una maldición bíblica, complementaria de la de la caída en la tentación de la manzana de Adán. Queremos acceder al sistema operativo del gran ordenador central que está en los cielos y apenas somos capaces de retener en nuestros ficheros los nombres de los políticos que nos gobiernan.

"El modernismo es lo dominante, pero está muerto", decía impudicamente Habermas. Cabría añadir que la comunicación social sigue viva, pero en el vivero de los medios ■

Cemtyls

RADIODIFUSION PROFESIONAL

**Soluciones profesionales para su proyecto
de radio local de FM**



- *Ponga en manos de profesionales sus instalaciones.*
- *Más de 50 años en el campo de la Radiodifusión Profesional.*
- *Adquiera productos certificados directamente por el fabricante.*
- *Utilice la tecnología de los líderes con la mejor relación calidad-precio*

Fábrica y oficinas:
C/. Explanada, 4 y 6
Telf.: 533 25 07 - Fax: 553 78 88
28040 MADRID

Delegación Zona Sur-Este
División Radiodifusión



APLICACIONES ELECTRONICAS QUASAR, S.A.

SEDE CENTRAL
P.I. Leganés, Rey Pastor, 36
28914 LEGANES (Madrid)
Telf.: (91) 686 13 00
Fax: (91) 686 44 92

C/. Torre de Romo
Edif. Carrascoy, bl. C. bajo
Telf y Fax: (968) 34 05 09
30011 MURCIA

95,4 FM.



LA UNION RADIO 8

95,4 FM. STEREO

Plaza del Mercado Antiguo - Telf: 54 13 13 - 54 00 00 - FAX: 54 19 15 - 30360 LA UNION (MURCIA)

Puerto Deportivo T. Maestre - Telf.: 14 12 12 - FAX: 14 11 11 - 30370 LA MANGA DEL MAR MENOR (MURCIA)

**LA UNION CARTAGENA FUENTE ALAMO TORRE
PACHECO LOS ALCAZARES SAN JAVIER SAN
PEDRO DEL PINATAR LA MANGA DEL MAR MENOR**

Plaza del Mercado Antiguo - Telf: 54 13 13 - 54 00 00 - FAX: 54 19 15 - 30360 LA UNION (MURCIA)
Puerto Deportivo T. Maestre - Telf.: 14 12 12 - FAX: 14 11 11 - 30370 LA MANGA DEL MAR MENOR (MURCIA)



Cipriano Torres
Periodista-locutor
de Onda Regional

La radio, detector de mentiras

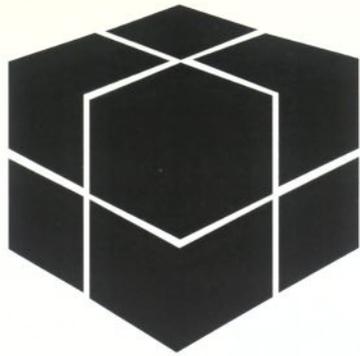
A él se lo he dicho con otras palabras. Ahora lo voy a escribir como lo siento. **Valentín Contreras** es un canalla. El director de *Onda Regional* me propuso embarcarme en una aventura nocturna en esa casa. Acepté. Nació *La última nave*. Ahora, cuando el programa tiene casi tres años, los mismos que la emisora autonómica, me doy cuenta que he pasado de ser un tipo con dependencias vulgares a ser vasallo de un ente cuyas redes me han ido atrapando sin apenas darme cuenta. No sabía que la radio era eso. Eso y más. Aunque sigo sin saber explicarla. Sólo sé que aún se me coge un pellizco cuando el piloto rojo se enciende y me sigo viendo ante un precipicio que termina en la mesita de noche de alguien que no conozco, en el aparato del coche de alguien que conduce de madrugada, en los auriculares de alguien que no puede dormir o en la rutinaria soledad de alguien que trabaja a esa hora. No sé que es la radio, pero sé que la echaría de menos. Han pasado muchas cosas en estos casi tres años, han variado las emociones, he ido aprendiendo de quien me aconsejó desde la crítica, he comprobado que una cosa es el guión trabajando en casa y otra el resultado, he visto cómo de la esperanza en un personaje pasé al estupor al comprobar que resultó tan prescindible como mi precipitación al invitarlo, pero a esa hora, cuando el micrófono se abre, ya nada tiene remedio. Hay que seguir. También ocurrió lo contrario, también ha pasado gente por el programa invitada en el último momento y de la que recelé creyendo que no daría juego, comprobando que estaba en un error, constatando que esa persona consiguió crear momentos de ternura infinita y de comunicación sincera.

La radio, de ser, es un detector de mentiras. No acepta el camelo. Es mágica, sí, pero mágica no es

sinónimo de tonta. La radio no es nada. La radio es quien oye radio. Considerar a quien oye radio como alguien carente de criterio es confundir espontaneidad con cara dura, maestría con un Tutancamón de las ondas, el micrófono con un reloj o con un termómetro, como si nadie supiera la hora que es en cada momento del día y de la noche y como si saber cada cinco minutos la temperatura que hace fuese la información que anhela todo el mundo. Hoy, un bebé nace con un reloj en la muñeca. Las muletillas de la gente que hacemos radio nos matan. Y nos definen. En ellas se cae cuando se llega al estudio con la alegría de quien entra en la vega a cortar lechugas, con la seguridad de tener el triunfo asegurado por ser vos quien sois. En este tiempo de radio he aprendido muchas cosas. He aprendido a conocer y a conocerme. He aprendido a escuchar mucha radio, muchas emisoras, a comparar, a elegir. Hay mucha bazofia. La televisión se lleva palos de la gente que opina en periódicos y revistas, y son merecidos. Hay programas deleznable que confunden a la audiencia con forajidos descerebrados. El día que se entre a saco para opinar sobre los contenidos de la radio vamos a caer como chinches. Sobre todo quienes tenemos la libertad de hacer el programa que queremos. En mi caso siempre ha sido así. No podría culpar a nadie. Es lo más difícil. Ahí eres tú y tus obsesiones, tú y tus fantasmas, tú y tus manías. Bien es verdad que la noche te permite tocar asuntos que el día no aceptaría, ni en su forma ni en su fondo. Parece aceptado que la noche es más creativa, que te consiente ritmos más pausados, músicas que no son el chinda chinda.

También es cierto, eso creo al menos, que la audiencia se la crea la emisora, o se la crean programas concretos. Pongamos un

ejemplo tomando nuevamente de la televisión. No es lo mismo, no debe ser al menos, la audiencia de Tele 5 que la audiencia de La Dos. Son dos cadenas. Bien. Pero sus contenidos son, en general, radicalmente opuestos. La una atrae por el espectáculo ramplón, incluso grosero, de tipos que cada cual puede recordar. Es una opción. La otra atrae llamando a la puerta de la inteligencia, esa que hace cierta la teoría de la evolución del simio a un estado superior. Es otra opción. ¿Con cuál nos quedamos, quién está en lo cierto, una supone cerrar el paso a la segunda, o viceversa? ¿Son ambas opciones incompatibles? Tal vez sí. ¿Es la realidad tan radical como aquí la planteo? Tal vez no. Sin embargo sospecho que no voy muy descaminado. Vuelvo al principio de este párrafo: la audiencia la crea la emisora, la crea los distintos programas que emite. Es decir, el día a día. Ya me lo decía Valentín Contreras: el primer programa siempre sale bien, lo difícil es llegar al que hace doscientos. Razón no le falta. Nadie es nadie en radio si detrás no hay un equipo. No me creo lo de las estrellas de la radio. Son una estafa. O detrás de un personaje de mucho renombre existe un buen equipo o ese personaje es un fantoche grotesco. Ahora, eso sí, lo que no se puede es negar el equipo. La competitividad ha de hacerse desde las ideas, pero las ideas y las buenas maneras requieren apoyo. Sólo hay que escuchar a las cadenas nacionales para comprobarlo. Y tal vez envidiarlas. Y también, en algunos casos, comprobar con estupor el derroche de gente para tan raquíticos resultados. O sea, lo del principio: la radio es mágica, pero no boba; admite casi todo, pero es un perfecto detector de mentiras. Pero no sería raro que también, sobre todo lo anterior, estuviera equivocado. Seguiremos aprendiendo ■



RIBES  **EXPRES**

Transporte Urgente de Mercancías

Avda. José Alegría, 18
Telf. 968 - 29 94 34 - Fax 968 - 23 59 10
ZARANDONA (Murcia)

Lafis Asesorías

Juan Martín Peñalver Gómez

ABOGADO

Eugenio Peñalver Peñalver

*DIPLOMADO EN DERECHO TRIBUTARIO – ASESOR FISCAL –
AUDITOR DE CUENTAS*

Calderón de la Barca, 16 - 3º. D – Telf. 21 85 11 – 30001 MURCIA



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



José García Solano
Presidente de la Asociación
RTV Región de Murcia

Elecciones políticas y medios de comunicación social

Sl bien el debate ante las cámaras de Kenedy-Nixon marcaron la importancia que tienen los medios de comunicación en la decisión de voto, especialmente en el tramo final de una campaña electoral, en una sociedad especialmente de consumo y de crecimiento espectacular.

Han tenido que pasar bastantes años para que en este país nos demos cuenta de la importancia que tienen los medios de comunicación, especialmente la televisión en los debates de Felipe González-José María Aznar, líderes de los principales partidos políticos PSOE, Partido Popular, respectivamente, que se emitieron los primeros días de junio en Antena 3 y Telecinco.

La actuación, casi siempre demagógica, de los políticos en las campañas electorales llenando todo su contenido con promesas, escasas realidades y a veces una incorrecta presentación ante el votante, ha generado una incredulidad y apatía en la sociedad "todos dicen lo mismo y no cumplen nada" y optar por un principio elemental y primario de simpatía ¿me parece más guapo fulano y además habla mejor? Estos síntomas de una sociedad consolidada democráticamente y con escasas posibilidades de cambios espectaculares, socialmente hablando, hace que los medios de comunicación especialmente la televisión, tengan una capacidad de influencia sobre el segmento de indecisos muy importante, segmento cada vez más amplio. ¡Pero qué hace que el espectador cambie o se defina en su intención de voto!

Primero. Suele ser un colectivo que no analiza los contenidos de las campañas electorales, desconoce lo que ofertan unos y otros, suele ser un segmento de votantes de un nivel cultural medio bajo y de edades superiores a los 30 años.

Segundo. Otro segmento es el joven, menores de 20

años, es una generación que en gran parte carece de planteamientos ideológicos, la generación de videoclips, que no tiene nada que ver con la generación del 68, o en España con la generación del cambio.

Tercero. Es una generación donde el consumo es la base de toda la estructura social. La presentación del producto, en este caso del candidato, es fundamental: presencia, ademanes, vocalizaciones, etc. Recordando históricamente el debate Kenedy-Nixon, es muy significativo mientras Nixon barrió literalmente entre los oyentes radiofónicos, Kenedy hizo lo mismo en los televidentes, el resultado final fue la victoria de Kenedy partiendo de un empate teórico, según sondeos días antes del encuentro televisivo.

Hay que tener muy en cuenta que el mensaje televisivo llega al hogar en la mayoría de veces, ante la desprotección total del espectador. Cuando se va al cine, se paga y se concentra en la película. En la televisión el mensaje le llega a veces desprotegido, puesto que está atendiendo a otras circunstancias especialmente familiares, por ello gran parte de estos mensajes llegan directamente al subconsciente sin ser analizado por el consciente ¿lo que han dicho es bueno o malo?, pero volviendo a nuestra primera experiencia televisiva, de debates políticos en directo analizaremos algunos factores:

Primer programa en Antena 3:

1º. Felipe González no miraba al otro candidato.

2º. Aznar fue mordaz en sus mensajes pero muy técnico.

3º. La imagen, ademanes de Aznar era televisiva, la de Felipe no, traje, camisa y corbata incorrecto; el asesor de imagen de Aznar sabía lo que se hacía.

4º. Aznar acusaba, no daba soluciones.

5º. Gestos muy positivos de Felipe González al saludar, darle la mano al adversario al final.

6º. La realización fue perfecta, no hubo ningún fallo significativo y demostró una gran capacidad del realizador y de todo el equipo.

En Telecinco

1º. Felipe y Aznar mostraban una imagen televisiva correcta.

2º. Aznar no atacó, quizás no quiso como en el anterior encuentro.

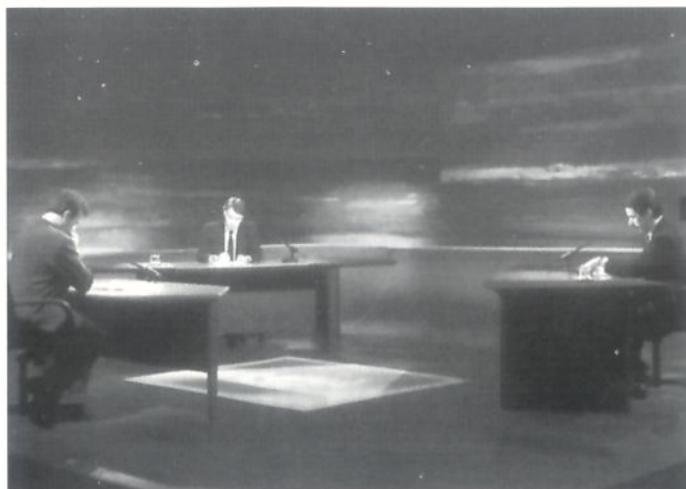
3º. El mensaje de Felipe llegó mejor (detalle significativo) "la caja con entrada de ingresos y salidas".

4º. Felipe se esforzó en dar imagen de sencillez y sinceridad.

5º. La realización no estuvo a la altura de la del encuentro anterior.

Estos serían algunos puntos sin profundizar, ya que no es del objetivo de este artículo.

En esta Región no podemos presumir de políticos con imagen televisiva experimentada, solo el Sr. Calero y en un futuro, Ramón Ortiz será un político con buena imagen. De todas formas en las elecciones venideras, los cursos de imagen y reciclajes de los políticos estarán a la orden del día, el que no tenga asesor de imagen difícilmente podrá jugar con posibilidades de ganar ■



Banco de Murcia

Garantía Permanente



Programas musicales de la SER desde la costa

*“Carrusel de verano”,
otra propuesta interesante*

DE cara al verano, la programación de RADIO MURCIA SER, presenta como novedades importantes los eventos deportivos de alcance internacional (por ejemplo, el Tour de Francia) y en el fin de semana "CARRUSEL DE VERANO", con presencia de todas las emisoras costeras y noticias de festejos populares tanto en plazas como en el interior de nuestra geografía.

Radio Murcia tiene presencia constante (sábados y domingos) en este programa de alcance nacional. Así mismo, este verano tenemos un punto fijo en la costa (julio en La Manga y agosto en el Mar Menor) con emisiones en directo desde allí, dentro de la programación de Onda Media (1.179 Kc.) tanto en "MURCIA HOY POR HOY" (12,30 horas), como el "CLUB DE LA TARDE" (18 horas).

Por otra parte, los 40 Principales realizarán el SUPER-1 (5 de agosto) desde Lo Pagán, con la presencia de grupos punteros en el panorama de la música joven española, así como emisiones especiales desde las piscinas de Murcia y las pedanías.

Por lo que se refiere a la Cadena Dial se están preparando algunas actuaciones en directo –aún sin concretar–, entre ellos M^º José Santiago, Eva Santamaría o Manzanita. Así mismo, el coordinador de Dial-Murcia, Héctor Madrona viajó el 4 de julio a Nueva York para realizar una entrevista exclusiva a Juan Luis Guerra en el comienzo de su gira mundial de la que la Cadena Dial es la emisora oficial.

Apúntate 5 en Murcia

*Fines de semana muy festivos,
las ofertas veraniegas de
Radio 1 y Radio 5 de Radio
Nacional de España en Murcia*

"Apúntate 5 en Murcia" es un magazine que se está emitiendo en Radio-5 de Radio Nacional de España en Murcia desde comienzos de verano. Está conducido por Francisco Alfonso Guzmán y producido y coordinado por Joaquín Alix y Diego Pedro López Acosta. Se emite desde las 12,5 de la mañana hasta las 13,30, todos los días de lunes a viernes durante los meses de julio y agosto.

Este nuevo espacio de Radio-5 incluye todas las fiestas que se celebran en las distintas poblaciones de la región y del término municipal murciano durante la etapa estival. En este programa también tiene cabida los diferentes temas que surgen durante esta etapa del año, bien en el litoral murciano o en la montaña o en el campo. Se presentan sugerencias sobre las numerosas formas de veraneo de los murcianos.

Por otra parte, y a través de Radio-1, también de Radio Nacional de España en Murcia, se emite los sábados, de 13,05 a 13,30 del mediodía, otro programa enfocado en este periodo estival. Se llama ¡Qué usted lo pase bien!, donde se combinan todos los elementos que pueden hacer más cómodas las vacaciones del veraneante. Igualmente, los domingos de julio y agosto, y a la misma hora, es decir, de 13,05 a 13,30 del mediodía, se ofrece "Por los caminos de Murcia". Desde Radio-1 se ofrece un recorrido distinto cada semana por todos y cada uno de los puntos de nuestra Comunidad ■

COMPRA VENTA

Todos los Asociados tienen este espacio de la Revista reservado para anunciar sus posibles necesidades de compra o venta escribiendo a:

Asociación de Radio y Televisión de Murcia
C/ José Antonio Ponzoa, 4 3º A
30001 Murcia • Telf. y Fax: 968/ 22 19 19.

Educación de las personas adultas y medios de comunicación

María V. Zafra Serrano

Profesora de Educación de
Personas Adultas

DESDE esta tribuna en la que ya han hablado conocedores y expertos de los distintos medios de comunicación, hablo desde la perspectiva de la docencia, tratando de hacer una reflexión en voz alta sobre la importancia que estos medios tienen y la influencia que ejercen en la población adulta de este país.

En primer lugar, a lo largo de mi trayectoria profesional, he tenido ocasión de innumerables momentos de escuchar en los debates, coloquios, etc., que se desarrollan en las aulas de Educación de Personas Adultas, frases como éstas: "lo he oído en la radio", es cierto, "lo he visto en la tele", "es verdad, salió en el telediario"...

Resulta abrumadora la incidencia que tienen, fundamentalmente radio y televisión, en el criterio de una gran parte de la población de nuestro país. (Y no me refiero aquí a la prensa escrita porque aún hoy el índice de lectores/as de la misma España se mantiene por debajo de lo que la UNESCO considera el umbral de la cultura.

Y ahí está el papel de los profesionales de estos medios que, según mi opinión, deben considerar este factor de influencia y abordar su trabajo con un criterio veraz y ético, huyendo del sensacionalismo, por otra parte tan rentable y presente en la actualidad. Si a los periodistas, informadores y demás profesionales de los medios tienen este papel, a los/as formadores/as de personas adultas nos corresponde el facilitar en nuestras aulas procesos que propicien el desarrollo del espíritu crítico, que estimulen del análisis de lo que oyen y ven para, con propio criterio, elaborar sus conclusiones. La tarea no es fácil desde ninguna de las dos

perspectivas, pero es un reto a conseguir. Por ello, cualquier actividad que aproxime a la población a dichos medios, desmitifica su realidad y, por lo tanto, permite al ciudadano/a analizarlos más objetivamente.

En segundo lugar, esa influencia es, al mismo tiempo, un magnífico instrumento para dar respuesta a la demanda de Formación Permanente que exige la población adulta.

Actualmente, el mercado laboral fluctúa, aparecen nuevas profesiones y otras desaparecen y ya resulta casi indispensable que una persona a lo largo de su vida desarrolle la actividad laboral en una sola profesión.

Lo habitual es que cambie varias veces de profesión y necesite actualizar sus conocimientos, tanto teóricos como prácticos, en un constante reciclaje profesional.

Igualmente una parte de la población femenina se incorpora tardíamente al mercado laboral (por causas que no analizaremos aquí y ahora) y necesita una "puesta a punto" para abordar su vida profesional.

La necesidad del aprendizaje de otros idiomas, siempre presente en la sociedad, pero hoy aún más con la ampliación del mercado laboral a todo el ámbito europeo.

Estas y otras realidades han de tener respuesta en el sistema educativo y esa respuesta viene en cualquiera de sus modalidades, presencial o a distancia, con el inestimable apoyo de los medios de comunicación. Ahí

están los ejemplos de nuestro país. Además del Centro Nacional de Educación Básica a Distancia (CENEBA) y el Instituto Nacional de Bachillerato a Distancia (INBAD), sin apoyatura en medios de comunicación, existe la dilatada experiencia del Sistema ECCA, que, hace muchos años, alfabetizó a una gran parte de la población campesina de Canarias, y hoy está implantada en nuestra Región emitiendo sus clases en la Onda Regional.

Y la Universidad a Distancia, con sede en Cartagena, que emite sus clases de Acceso a la Universidad para mayores de veinticinco años y algunas licenciaturas a través de Radio Nacional de España (R.N.E.).

La televisión educativa que se inicia en España con unas perspectivas magníficas que habrá que potenciar y rentabilizar como recurso metodológico inestimable y medio de acercar la cultura a todos los ciudadanos, sin importar su ubicación geográfica, horario laboral y otras muchas variables. Y fuera de nuestras fronteras, en países europeos el más destacado es la emisión de la Open University a través de la BBC, con gran tradición en el Reino Unido.

En definitiva, en una sociedad democrática, todos los recursos que favorezcan los procesos formativos para la ciudadanía son elementos de incuestionable valor. Aunemos nuestros esfuerzos como profesionales, cada uno desde nuestra perspectiva: formar, informar, distraer, para potenciar la formación integral de los ciudadanos posibilitando el desarrollo de la comunidad desde la solidaridad y la libertad ■



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

Arroz “Caldero”

Ingredientes (para 4 personas):

400 grs. de arroz.
2 ñoras (pimientos redondos secos y rojos).
3 cabezas de ajos.
20 dl. de aceite de oliva.
2 tomates maduros.
1 mújol del Mar Menor de 1/2 kg.
1 gallineta de 1/2 kg.
1/2 kg. de mero.
1/2 kg. de rape.
200 grs. de langostinos del Mar Menor, o en su defecto, quisquillas frescas.
1 yema de huevo.
1 patata pequeña cocida.
Harina.
Sal.
Pimienta.
2 litros de agua.



Preparación:

Se pone al fuego, con la mitad del aceite, una olla de hierro (caldero) especial para esta clase de arroz o, en su defecto de aluminio. Cuando el aceite esté bien caliente, se fríen las ñoras.

Una vez fritas, se sacan y se echan las cabezas de pescado, friéndolas y sacándolas del aceite para añadir los tomates pelados y picados. Una vez fritos (cinco minutos aproximadamente), se agregan dos litros de agua.

En un mortero se pican las ñoras fritas y una cabeza de ajo crudo, vaciándolo en la olla, se deja cocer cinco minutos y en este caldo se cuece el pescado cortado en rodajas gruesas y harinado con sal.

Se separa el pescado una vez cocido en una fuente y se deja cerca del fuego para que no se enfríe. Se saca una taza de este caldo, se reserva y, después de haberlo probado de sal, se agrega el arroz y se deja cocer 20 minutos a fuego lento, poniendo los langostinos por encima unos minutos antes de finalizar la cocción.

En el mortero se machaca una cabeza de ajo, se mezcla con la taza de caldo reservada y se utiliza para rociar el pescado en el momento de servirlo, después de haber comido el arroz. En un mortero se machaca la tercera cabeza de ajo y la patata cocida, se incorpora la yema de huevo y se bate bien hasta conseguir una crema, se sigue batiendo echando el aceite restante gota a gota, hasta conseguir como una mahonesa que es el ajo-aceite que se sirve en el mismo mortero, junto al arroz.

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.





Manuel Arenas Ricart
Ginecólogo

“El elixir de la eterna juventud”

La Sociedad Internacional de la Menopausia, definió en 1976, año de su fundación, el climaterio como “el periodo de transición de la edad reproductiva a la no reproductiva” y la menopausia como “la fecha de la última hemorragia menstrual”. Para considerar que se ha alcanzado la menopausia y que por tanto la mujer es infértil, debe de haber transcurrido al menos un periodo de 6 meses o de un año, según la mujer se encuentre por encima o por debajo de los 50 años.

Durante largo tiempo se ha concedido poca importancia al climaterio, adoptando ante él una actitud de resignación, hasta los años 60 en que se aprecia en la literatura médica un gran impulso dada la demanda social, pues lejos de ser un alivio que libre a la mujer de la fecundidad, se acompaña de cambios vegetativos como sofocos, irritabilidad..., y lo que es más trascendente, degenerativos (osteoporosis o decalcificación de los huesos) y atrofia genital, así como

mayor riesgo cardiovascular.

Esto se une al hecho de que la vida media se alarga, y hoy, las mujeres, con cada vez mayor peso social, pasan un tercio de su vida en postmenopausia y ya no aceptarían de buen grado lo que escribirían Wilson y Wilson en 1963: “a la menopausia las mujeres adquieren un insípido sentimiento, un estado negativo en el cual el mundo se ve a través de un velo gris y ellas viven como dóciles e inofensivas criaturas”.

La causa fundamental de la decadencia biológica postmenopáusica es la carencia de estrógenos y en menor grado de andrógenos. Por ello muchos autores recomiendan la administración sistemática de estrógenos en la menopausia, con carácter preventivo, aún en ausencia de quejas, manteniéndolos hasta edades avanzadas, a fin de evitar o paliar la osteoporosis, la atrofia genital y la arteriosclerosis, fundamentalmente; llegando algunos ginecólogos a ser considerados

por Geller (1982) “apóstoles de la menopausia” considerada casi como fenómeno patológico.

Hoy, dada la posibilidad de utilizar los estrógenos por vía transdérmica, –los denominados parches– entre otros, como menos efectos secundarios, ha reavivado la polémica sobre las indicaciones de la terapia hormonal sustitutiva, dado que el establecimiento de criterios objetivos de deficiencia hormonal, que soslayan la relación beneficio-riesgo fundamental, al abordar cualquier tratamiento, es difícil.

Por ello nuestra opinión, se apoya en un elemental sentido común y reservamos estos tratamientos a aquellas mujeres con síntomas y a las castraciones quirúrgicas por debajo de los 45 años, no extendiéndolas a la población en general, pues desgraciadamente, aún no disponemos de un elixir inocuo que asegure a nuestras mujeres la eterna juventud que deseamos para ellas ■

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 Ponzosa, nº. 4 - 3º. A

MURCIA



Carmen Castelo, locutora y periodista de la Cadena SER murciana, interviniendo en el especial del Centenario del Ficus.
Foto: Vicent Devreux



Multitud de niños jugaron en torno al árbol centenario de Santo Domingo.
Foto: Vicent Devreux

La Cadena SER celebró el centenario del ficus de Santo Domingo con una fiesta infantil

HA prestado su generosa sombra vegetal a varias generaciones de murcianos, especialmente en los tórridos calores del verano de Murcia. Sus viejas raíces se hunden en la historia de la ciudad y bajo las piedras y asfaltos urbanos de la Plaza de Santo Domingo. Este año, el ficus, ha cumplido cien años desde que fuera plantado por Ricardo Codorníu, amante de los árboles y también de los niños —escribió doce cuentos para sus doce nietos, cada uno basado en un árbol.

La Cadena SER organizó el pasado día 25 de junio una fiesta infantil para celebrar el centenario y el final del curso escolar. Hubo regalos, diversiones, concursos y, en general todo lo que llama la atención de los más pequeños (regalamos, por ejemplo, el balón que sirvió para jugar el partido Murcia-Baracaldo firmado por todos los jugadores "el balón del ascenso"). Pero sobre todo, dedicamos nuestro homenaje al ficus, el verdadero protagonista de la fiesta.

Boda del reportero de TVE-Murcia Gaspar Cerdá con Amparo López



El reportero de TVE-Murcia, Gaspar Cerdá, contrajo matrimonio con la señorita Amparo López en la iglesia de la Asunción de la localidad costera de Santa Pola. La boda tuvo lugar el pasado 12 de junio, a las 6,30 de la tarde.

Numerosos compañeros del medio televisivo murciano acompañaron a los novios en este nuevo y feliz acontecimiento en la vida de Gaspar. Además, se dejaron ver en la fiesta que se organizó posteriormente otros asociados de la región y también pertenecientes a los medios audiovisuales.

Antonio Plaza también contrajo matrimonio con Pepa Saura



Igualmente, otro asociado del colectivo de la RTV-murciana, Antonio Plaza Sánchez, se unió en matrimonio con Pepa Saura Morales. El acontecimiento ocurrió en la iglesia de Nuestra Señora de la Fuensanta, de Patiño, el día 23 de mayo de 1993, a las 17 horas.

El festejo, posteriormente, se celebró en el Merendero Cafetería Adagio de La Alberca. Durante toda esta tarde los novios disfrutaron, también, de la compañía de profesionales y compañeros del mundo de la radio y televisión murciana.



LABORATORIO DE CULTIVO IN VITRO

Obtención vía meristemática de clones seleccionados de patrones para frutales.

- Híbrido G.F. 677 como patrón para melocotón, nectarina, ciruela y almendro.
- Plantas ornamentales (Ficus, philodendron, pothos).
- Hobby-plant.
- Planta alternativa del almendro en zonas áridas Jojoba.

VIVERO DE PRODUCCION DE PLANTAS DE JARDINERIA

Nuestra empresa se dedica a la redacción de Proyectos Medioambientales y a la ejecución de obras de jardinería públicas y privadas.

Disponemos de viveros propios con plantas arbóreas y arbustivas.

Plantas arbóreas

- Chopos, acacias, moreras, plátano oriental, palmeras, pinos,

casuarinas, melias, acer, almez, olmos, eleagnus, olivos, aligustre, sauces.

Plantas arbustivas

- Adelfas, piracanthas, euonimus, cipreses, rosales, romeros, retama, laurel.

Semillas para céspedes

- Elaboramos mezclas de semillas para céspedes.

Avda. de la Estación, s/n. – Telf.: 55 82 20 – 30594 POZO ESTRECHO (Murcia)



Ctra. al Faro, s/n
Teléfono 56 45 63
CABO DE PALOS

Si perteneces a la Asociación de Radio y Televisión de la Región de Murcia y deseas expresar tu opinión, tu queja, tu reivindicación, 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 excederte de 45 o 50 líneas de texto mecanografiadas.

Denuncian la poca profesionalidad de algunas empresas locales de radiodifusión.

Somos un colectivo de radiofonistas que tenemos el mismo problema, y creemos que ocurre igual con otros casos, pero que no se atreven a denunciar.

Nuestro mayor problema es la falta de consideración y poco respeto económico que tienen algunas empresas privadas de radiodifusión.

Pretenden que se realice una programación superprofesional y con un horario extensísimo y todo a base de esfuerzo de sólo tres o cuatro locutores, que por cierto, a veces, tenemos que efectuar tareas que no tienen nada que ver con el ejercicio diario de la radio.

Es económico y rentable crear una empresa de este tipo con tres o cuatro sueldos de 50.000 pesetas. Se hace una programación de diez horas diarias y esto es una de las mayores locuras radiofónicas que se hayan hecho desde la puesta en marcha de las FM.

También debemos de denunciar que no podemos trabajar con medios semi-profesionales, al menos. Los informativos, para cubrir 30 minutos al mediodía y otros tantos por la noche, sólo contamos con un teléfono y la buena voluntad de gabinetes de prensa o de los protagonistas de las diferentes noticias diarias. Así no se puede trabajar y mejor es no hacer nada.

Mal ejercicio y beneficio están haciendo a la profesión con estos casos, que no son excepciones. Algunos de los que hemos elegido esta profesión como medio de vida, sentimos en estos primeros momentos de carrera verdadero asco. Somos conscientes de que no todas las emisoras son iguales.

Pero, de verdad, los que sirvan para fabricar chorizos que se dediquen a ello, los que sepan hacer hormigón, que lo trabajen, los que sean unos buenos agentes de ventas, que se dediquen a vender sus productos y que les sea rentable, ahora bien, que dejen estos medios de comunicación a los que saben de radiodifusión.

Juan García Martínez
Murcia

Credibilidad de los profesionales.

Como miembro de base de esta asociación de RTV de la Región de Murcia, es curioso aún, la confusión que existe en tanto a este colectivo: unos nos confunden con la Asociación de la Prensa, otros con una asociación de RTVE solamente, lo cierto es que este último año ha sonado y bastante, la asociación de RTV de Murcia, pero aún insuficientemente. La junta directiva ha hecho una labor amplia pero me temo que les queda mucho por hacer. Confiamos que en estos años de mandato que les queda, no se "duerman en los laureles", ya que sería nefasto para todo el colectivo de profesionales, profesionales por otra parte, que vamos teniendo una cierta credibilidad, cosa que no sucedía antes. El interés por la docencia que está llevando a cabo esta junta directiva es interesante, pero no hay que olvidar los abusos a que algunos compañeros están sometidos por las emisoras de radio legales, con un gran número de horas de trabajo y escasa remuneración. También de pan vive el profesional.

Jesús Sánchez Díaz.
Murcia

Una asociación más eficaz.

Soy una de las asociadas desde que se fundó este colectivo de Radio y Televisión. Llevo meses pensando en este texto, pero después de comprobar la trayectoria de esta publicación y ver el margen de libertad que ofrecéis creo que me puedo permitir la siguiente crítica, que por cierto se podría admitir también como una aportación al mejor desarrollo de esta Asociación.

A mí me parece muy bien que una Asociación sirva para ofrecer ventajas en compra, venta y actividades sociales a los asociados, pero lo importante es que esta Asociación tiene que servir de respaldo y defensa de todos y cada uno de esos integrantes. Por ejemplo, y para ser más claro, si alguno, quizá bastantes, tienen problemas laborales en sus respectivas empresas radiofónicas, la Asociación debería estar ahí para solucionar estos conflictos.

Otra de las cuestiones que debería tener como objetivo muy claro esta Asociación es la creación, con efectividad, de una bolsa de trabajo para profesionales de Radio y Televisión, que no sólo sirva como "campaña" de la Junta Directiva sino que ésta negocie con las diferentes empresas la posibilidad de "colocar" a las que fuimos profesionales y ahora estamos en el más absoluto de los olvidos.

En definitiva una Asociación de profesionales debe de ser un colectivo corporativista y no una Asociación con nombre, pero sin contenido.

Esperando que esta carta sirva de aportación más que de crítica; contar con una colaboración más.

Pepa Nicolás
Cartagena

Notas de TeleMurcia

■ En TVE Murcia: primero fue la prohibición de acceso al local sindical (el día de la huelga general de hace unos años), de los representantes sindicales; después fue la prohibición de pasar al Centro Territorial a Paco Guzmán; prohibición de paso a los RR.DD.; prohibición de recibir correspondencia a los trabajadores.

■ Esperemos que no continúen estas raras prohibiciones, ya que la próxima será la de no recibir lla-

madas telefónicas. No creemos que el talante de la actual Dirección de TVE Murcia se preste a ello.

■ Según radio pasillo, la programación de TVE Murcia va a sufrir una amplia remodelación. La programación del Informativo de las 14.00 a 14,30 por La 1, continuará y la programación de 14,30 a 15,00 por La 2 desaparece. Para compensar, se hará otro informativo por la tarde de 19,30 a 20,00 por La 2, pero los programas desaparecen.

Nombre:

Asociado:

Mi voto es para los siguientes profesionales de la Región de Murcia:

- Profesional de radio:
- Profesional de televisión:
- Profesional de informadores RTV:
- Profesional veterano RTV:

Relaciones con los medios:

Popularidad:

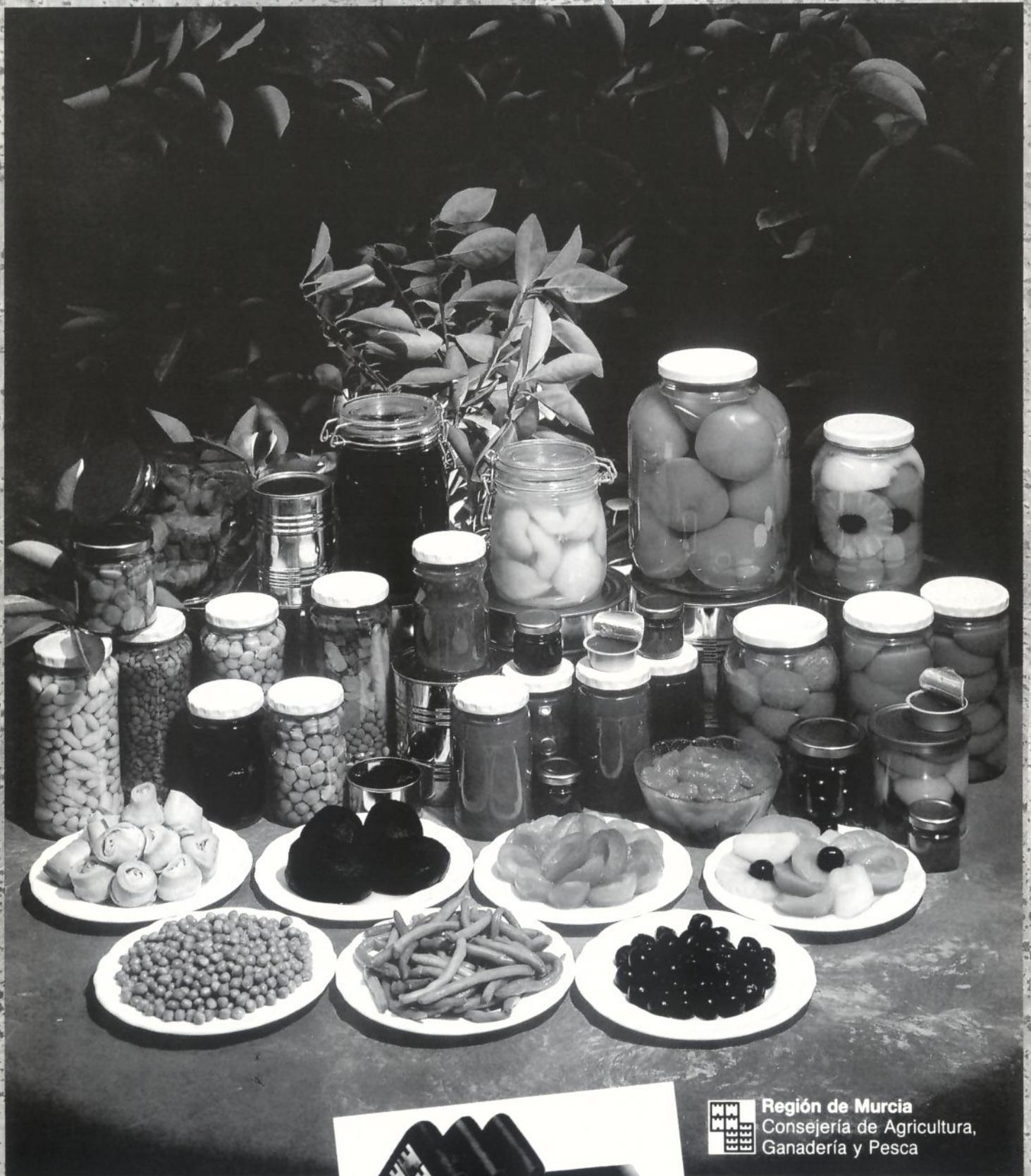
Recorta esta nota y envíala a: Asociación RTV. José Antonio Ponzoa, 4-3º. A - 30001 Murcia

¿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	- Curriculum 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

Alimentos de Calidad de Murcia



Región de Murcia
Consejería de Agricultura,
Ganadería y Pesca



Elías Rós Garrigós

A emisora EAJ-17 se abría camino con cierta facilidad en aquella Murcia del café oriental, de "La Alegría de la Huerta" y del pasear tranquilo de los murcianos, sus oyentes, por el Malecón, la Glorieta y en las horas del atardecer por las calles de Trapería y Platería. Se hizo promoción de receptores para aumentar así el número de radio-escuchas. Fue popular el siguiente anuncio: "Radioreceptores «Philips», demostraciones en Radio Murcia".

Don Arsenio tenía la concesión de los citados receptores con taller en la plaza de Cetina, donde también estaban las oficinas de la emisora.

La escucha aumentaba notablemente y era necesario informar al oyente de la programación, con este fin nació la revista "Radio Murcia", que tuvo etapas muy interesantes. El primer número se publica el día 4 de septiembre de 1933, al mes de la inauguración de la emisora. En la portada un dibujo de Torrembó, muy estilizado, donde destacan las antenas, la torre de la catedral al fondo, la palmera y los árboles de la huerta. En su interior la programación de una semana a radiar por la emisora, información cultural, deportiva, artículos sobre técnica de radiodifusión y comentarios de las tareas propias con la publicidad adecuada. Un anuncio que hoy nos resulta curioso es el que se refiere a un aparato llamado "radiofonógrafo" de la casa Philips. Era frecuente encontrarse notas por las que se informaba a los partidos políticos que Radio Murcia disponía de un servicio técnico para la instalación de altavoces en locales donde se celebrasen mítines y la radiación en directo de los mismos.

En el otoño de 1934 la revista aparece con otra portada donde se simboliza la emisión radiofónica y la escucha familiar en torno a un aparato de radio, esta portada deja pronto de salir y la de Torrembó volvería a las páginas de la revista, que por el año 1935 decae en calidad literaria e informativa.

En abril de 1936 se publica la esquela del fallecimiento de don José

Sánchez Franco, director de Radio Murcia, que murió el día 8 del citado mes. La nota necrológica es un sentido elogio a su labor fecunda. La revista dejará de publicarse ante los tristes sucesos del mes de julio del 36, y volvería a salir el día 1 de noviembre de 1936, bajo la dirección del Cuerpo de Telégrafos que se había hecho cargo de Radio Murcia EAJ-17. La portada presenta sobre el fondo de la bandera de la República, la estrella roja de cinco puntas, el emblema de telégrafos y la base de un poste radiante sobre un tejado. Firma el dibujo J. Vela.

¿Cómo fue la revista en el tiempo de la guerra?

Sólo se publicó durante doce meses y en sus páginas encontramos toda la programación musical de la emisora, los horarios de las noticias de Unión Radio, Altavoz del Frente y parte de guerra del Ministerio de la Defensa Nacional que se radiaba todas las noches a las 21,30. Una nota inserta siempre en la primera página, informa que la programación podía alterarse por "noticias de Madrid, discursos, charlas y emisiones de entidades políticas", temas éstos que no figuraban en la programación.

El capítulo literario fue pródigo en esta etapa de guerra y en casi todos los números de la revista se incluyeron amplias notas sobre los maestros de la música clásica, artículos con la firma

La revista "Radio Murcia"



Portada de la revista "Radio Murcia".

de Carmen Conde y otros escritores de la época y poesías de Ramón Gayá; Altolaguirre, Alberti, Emilio Prados, Pérez Infantes, Ruanova, Valera, Rafael Diesti, Aleixandre, Pedro Garfias, Herrera Petere, Beltrán Logroño, Serrano Plaja y García Luque. Una verdadera antología poética con sabor amargo de revolución y guerra.

La revista dejó de publicarse en el mes de noviembre del año 1937, el último número está fechado en el día 1º de dicho mes. Las razones que se dan en el artículo de despedida son muy ceñidas al momento que se vive, y las necesidades económicas de la guerra. La revista "Radio Murcia" no volvió con la paz, pero hoy nos puede contar capítulos de la historia de la primera historia, de la emisora EAJ-17 ■



Juan Tomás
Periodista

El complejo del periodista de provincias

LOS periodistas que ejercemos nuestra bendita profesión en provincias tenemos a veces la creencia, heredada de un pasado quizá demasiado encorsetado y clasista, de que la misión en nuestras respectivas áreas de trabajo e influencia está muy por debajo de la que realizan aquellos que laboran en los medios de comunicación de élite de alcance nacional. Es ésta una mala perspectiva, que ofrece un planteamiento distorsionador de la función real que realmente cumplimos.

Los modernos teóricos del proceso informativo hacen hincapié en la importancia que tiene el modelo participativo en lo que concierne a sistemas de comunicación. Una de sus premisas fundamentales es que los ciudadanos individualmente considerados y los grupos minoritarios gozan —o han de gozar— del derecho a acceder a los medios de comunicación social, con el fin de que éstos reflejen sus problemas y necesidades.

Otra idea esencial de este modelo es que las empresas periodísticas en pequeña escala, interactivas y participativas son mejores que aquellas que son enormes, unidireccionales y que están más controladas por los grandes poderes económicos y sociales. La filosofía es que han de tenerse en cuenta las audiencias pequeñas y sus intereses. Para ello, es preciso que existan medios locales, comarcales o regionales que informen de lo que pasa en las diferentes comunidades.

El modelo participativo es llamado también democrático, porque constituye la base, la garantía, de que el sistema de derechos, deberes y libertades, con las responsabilidades que se derivan en todos los niveles, funciona bien. El respeto societario se soporta sobre un auténtico pluralismo, y, aunque sabemos de las

dificultades para su existencia real, es evidente que los pequeños medios informativos son cimientos básicos.

Esta formulación surge como reacción a los demás modelos comunicativos imperantes, tras los cuales, también en este caso, hay diferentes percepciones ideológicas de la sociedad, desde la marxista hasta la autoritaria de derechas, pasando por la liberal, la de

“Debemos respetarnos mucho más de lo que hacemos, reconociendo nuestra labor”

responsabilidad social o la desarrollista. Se da en sociedades como la nuestra, con un capitalismo desarrollado, y con las actuales contradicciones. Se pone especial énfasis en las gentes como base de la comunicación, que ha de tener un valor más horizontal que vertical.

La doctrina democrático-participativa rechaza, por abusivos, los medios de información centralizados, uniformes, de alto costo y siempre controlados, como hechos dicho, por grupos de poder de diferente índole. Se considera, sin llegar a ser alarmistas, que la “salvación” en lo que se refiere a cubrir las necesidades informativas de la población está en los medios más cercanos a cada comunidad.

Es cierto que los medios de

comunicación nacionales e internacionales, que contribuyen sobremedida a hacer efectiva la “aldea global” de la que hablaba MacLuhan, cumplen una función necesaria, ya que nos trasladan problemas de otros pueblos, que llegamos a asumir como propios. Ello representa un primer paso para ayudar incluso a su solución. Los “mass-media” contribuirán, en palabras del filósofo brasileño Pablo Freire, a la afirmación que nos puede llevar a brindar acercamientos y soluciones.

Juntamente con esto, no es menos verdad que los periódicos, las revistas, las radios, las televisiones y las publicaciones en general que operan en comunidades más pequeñas desarrollan una misión tan básica como la que acabamos de exponer. Se trata, simple y llanamente, de otra función, a todas luces complementaria y fuertemente significativa.

Por eso, no debemos sentirnos acomplejados ni aceptar que se nos mire como a profesionales de segunda división, por el hecho de difundir nuestros trabajos a audiencias menores, a un grupo de gentes más reducido. En democracia, han de respetarse las minorías, y no se debe cejar en la lucha por los derechos que afecten a pocos, o dejaremos que caiga uno de los baluartes del espíritu que anima los criterios de este sistema.

La misión del periodista de provincias es tan digna como la de los que mueven más intereses. Quizá por esto último nuestra lucha ha de ser incluso mayor, pues las escalas son más desproporcionadas. Consecuentemente, debemos comenzar por respetarnos mucho más de lo que lo hacemos, reconociendo nuestra labor y esforzándonos todo lo posible por mejorar nuestra profesionalidad y dedicación, ya que las tareas que realizamos tienen una crucial incidencia y significación ■



Pedro Valero
Catedrático de Historia

De prisa, de prisa

EL reciente período electoral que hemos dejado atrás, ha venido a confirmar algo que todos sabíamos: los procesos electorales basados en el mitin y en las vallas publicitarias son ya de la prehistoria en la comunicación de mensajes políticos. La aparición pública de los líderes en plazas de toros o poli-deportivos, sólo concita la presencia de los miembros entusiasmados de la propia cofradía política y la de algún despistado espontáneo que pasaba por allí y oyó las músicas. En realidad el mitin se prepara como la antesala obligada de la noticia en televisión. Son, concentraciones pensadas para que luzcan bien el telediaro de la noche y para que proporcionen sustanciosos titulares en los periódicos del día siguiente.

Quien tiene la información, tiene el poder. Este viejo principio tiene el mismo valor si se enuncia en orden inverso, porque éste es un matrimonio en régimen de gananciales. En los grupos de poder de las empresas informativas se han desencadenado desde comienzos de la década de los ochenta movimientos de fagocitación de empresas periódicas de forma sospechosamente simultánea al proceso de absorción política de las instituciones democráticas, sociales y profesionales. En un proceso de cesarismo creciente al vencedor de Cayo Pompeyo Aznar sólo le resta ya acabar con Brutus Guerra y sus senadores romanos antes de que los conjurados tengan tiempo de desenvainar sus puñales en defensa de la Res Pública, del partido o de ellos mismos. La historia no se repite nunca. Especialmente si se ha

tenido la precaución de leerla antes. La reciente cacería del jaguar celebrada en una finca manchega de El País demuestra que para tener contentos a los dioses sociales, periódicamente hay que celebrar sacrificios purificadores que aplaquen su ira o simplemente que adormezcan su desesperanza.

Hace 22 veranos 1.118 pequeños accionistas apostaron por la libertad de expresión y por

**“Hace 22 veranos
1.118 pequeños
accionistas apostaron
por la libertad
de expresión
y por la concurrencia
de ideologías para
propiciar un cambio
político pacífico,
cuando ya se entra-
ba, inexorablemente,
en las postrimerías
del franquismo”**

la concurrencia de ideologías para propiciar un cambio político pacífico, cuando ya se entraba, inexorablemente, en las postrimerías del franquismo. Fundaron Promotora de Informaciones, S.A. (PRISA) con intención de sacar a la calle un nuevo periódico. Ni siquiera los primeros cinco socios fundadores contaban con más de cuatro por ciento del accionariado, lo que garantizaba la inde-

pendencia y el pluralismo del futuro diario. Hasta mayo de 1976 no consiguió salir a la calle y en 1981 era controlado por un sólo hombre, un Jesús lleno de poder. Después vendría la Cadena SER, Canal Plus, Antena 3 de radio... Por eso decía antes que ya no es preciso viajar por España para ganar unas elecciones. El gobernante debe gobernar en lugar de perturbarse con este ajeteo cuatrienal que lo deja agotado. Felipe II (no he elegido la cita pensando en el nombre, palabra) poco antes de morir, recomendaba a su incapaz hijo de heredero, que viajar por España no era ni útil ni decente. Hago la aclaración de que en el castellano del Siglo XVI decente era sinónimo de conveniente.

Una buena campaña no precisa más que un breve y reposado itinerario por los viejos platós de la televisión pública y los nuevos de la privada, donde los tiburones de la información pondrán cama y palangana para la cópula electoral bajo los focos. Y todo por cuatro perras, con música tecno y anuncios de Duracel.

Algunos presidentes autonómicos sin cadena televisiva ya han caído en la cuenta y buscan ponerle piso a la TV privada. Dentro de nada, como quien dice, habrá que dar la talla en las elecciones locales y autonómicas. Una caída de votos, que en algunos casos está prácticamente cantada, sembraría el campo de batalla de cadáveres políticos. Parafraseando al viejo maestro de escuela de la película Historias de la radio, los buitres, ante tanta oferta, sólo comerían de alcalde para arriba ■



El Corte Inglés

El Corte Inglés

*Una vez más, estuvo con los profesionales
de la radio y televisión de la Región
de Murcia en su aniversario*

artes gráficas
Novograf, s.a.
MURCIA

Diseño – Fotocomposición – Fotomecánica
Impresión offset – Plastificados – Troquelados – Manipulados

- Catálogos
- Revistas
- Libros
- Carteles
- Folletos
- Cartonajes
- Estuches confección
- Estuches alimentación
- Estuches perfumería
- Estuches juguetería, etc...

En este número os recomendamos dos de las innumerables revistas que se pueden conseguir en nuestro país relacionadas con nuestros mundos profesionales. Poco a poco, en sucesivas ediciones, os iremos comentando el resto de publicaciones que aparecen regularmente. Y también libros: la lista bibliográfica es realmente extensa, dado que incluye muchísimos aspectos colaterales, y otros, más numerosos aún, complementarios (sociología, comunicación, mass-media, etc.)

Revistas profesionales especializadas

CINEVIDEO20

En castellano. Televisión y cine profesionales. Secciones fijas sobre ferias y congresos; novedades en productos, equipamiento y sistemas, desde micrófonos hasta iluminación, pasando por accesorios de todo tipo; entrevista a un personaje del mundo; suplemento sobre el sector en Europa, etc.

Edita: COMAVISA (Comunicación Audiovisual Iberoamericana, S.A.), apartado de correos 2.016. 28080 Madrid. Teléfono: 415 02 12. Fax: 415 50 27. Publicación mensual. Suscripción: 6.000 ptas. (11 números al año). Hasta hace poco tenía sistemas de tarjeta para pedir mayor información de los productos que interesen al lector, quien debía enviarla dentro de un sobre a la redacción de la revista.

GLOBAL TELEPHONY

En inglés. Hace algunos años la clave para analizar la dirección del desarrollo de esta tecnología era predecir el curso probable de la evolución de los equipos de la policía pública. Sin embargo, cuando hace unas semanas recibíamos el primer número de esta revista, enfocada hacia las grandes redes —públicas y privadas—: sin cable, inteligentes, y su tecnología de medida y verificación, comprobábamos cuán anticuado es ese punto de vista. Siempre es agradable asistir al nacimiento de una revista dedicada a cualquiera de las parcelas de nuestro mundo y les deseamos un largo y fecundo porvenir. Publicación mensual, de difusión gratuita y por suscripción y exclusiva para profesionales acreditados. Tiene sistema de tarjeta para pedir mayor información de los productos que interesen al lector, quien debe franquearla y enviarla a la redacción de la revista.

Edita: Intertec Publishing. P.O. Box 12976, Overland Park, Ks 66282-2976, U.S.A.

Libros profesionales especializados

DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA. Editado por la Real Academia Española, edición de 1992. Nuestro primer libro reseñado debe ser éste, imprescindible — dado lo mal que tratamos a nuestro idioma— para poder efectuar las consultas, obligadas, a la hora de escribir los textos para los respectivos medios, y también, cómo no, para nuestras cuestiones personales y/o familiares.



DICCIONARIO ETIMOLOGICO. *Alfabeto primero de Origen y Etimología de todos los vocablos originales de la lengua castellana.* Consejo superior de Investigaciones Científicas. Madrid, 1992. 621 + CIV págs. 5.300 ptas. I.S.B.N.: 84-00-07274-X.

Como muy bien afirma Manuel Alvar en el prólogo, "es posible que todavía alguien piense que no sirve de nada ponerse a editar libros que han visto pasar por delante casi cuatro siglos". Se trata de una joya curiosa que debería figurar en la biblioteca de cualquier amante del castellano.



LAS TELECOMUNICACIONES ESPAÑOLAS ANTE EL MERCADO UNICO. Ricardo Gaitán, M^a. Ascensión Escario y M^a. del Rosario López. FUNDESCO (Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones). Madrid, 1992, 228 págs. 2.900 pesetas. I.S.B.N.: 84-86094-96-8.

Nada escapa a las consecuencias de la constitución del Mercado Unico Europeo: las telecomunicaciones se han convertido en el eje central de todas las actividades económicas, y ese sector, sujeto a fuertes intervenciones, es uno de los más dinámicos y cambiantes en los últimos años, con creciente participación en los PIB de los países europeos.

Nada escapa a las consecuencias de la constitución del Mercado Unico Europeo: las telecomunicaciones se han convertido en el eje central de todas las actividades económicas, y ese sector, sujeto a fuertes intervenciones, es uno de los más dinámicos y cambiantes en los últimos años, con creciente participación en los PIB de los países europeos.



IMAGEN PUBLICA. Una ingeniería social. Joan Costa. FUNDESCO (Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones). Colección Claves de Comunicación Social. 228 pp. I.S.B.N.: 84-86094-90-9. Madrid, 1992. 2.900 pesetas.

La labor más conocida hasta ahora de Joan Costa era la que realiza como diseñador y como teórico del diseño, no en vano ha publicado ya varias obras sobre el tema.

SERVIRSE DE LA IMAGEN. Un análisis pragmático de la imagen. Jordi Pericot. Editorial Ariel, S.A. Barcelona, 1987. 298 pp. 1.600 pesetas. I.S.B.N.: 84-344-1255-1.

Las espectaculares proporciones que está adquiriendo la imagen visual en todos los ámbitos de la comunicación social parecen constituir una prueba clara de la alta rentabilidad comunicativa que se obtiene con esta modalidad de producción.



COMUNICACION Y SOCIEDAD. Evolución y análisis comparativo de los medios. Francis Balle. Tercer Mundo Editores. Santa Fé de Bogotá, Colombia, 1991.

514 pp. I.S.B.N.: 958-601-318-9. 3.200 pesetas.

El libro muestra la historia de los medios, de su adopción y de sus avances. Describe cada una de las instituciones a las que estos medios han dado origen: los periódicos, las estaciones de radio o televisión, las empresas usuarias de la teleinformática.

MAS ALLA DE LOS LIMITES DEL CRECIMIENTO. Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jorgen Randers. El País-Aguilar. 2.527 pesetas. 357 pp. I.S.B.N.: 84-03-59256-6.



Centralita DIANA:
Unidad Central 8-32,
teléfono posición operador y teléfono
básico



Telefónica



César Oliva
Crítico teatral

Teatro en televisión: Historia de un divorcio anunciado

EN no pocas mesas redondas, que nunca suelen ser redondas, sale el tema de la educación teatral de los jóvenes de hoy; mejor diríamos, de la falta de educación teatral. Los contertulios que pasan de cuarenta suelen lanzar a quienes participamos en aquellas mesas una pregunta que ha quedado ya como tópico. Hace tiempo, los televidentes tenían ocasión de ver bastante teatro en la pequeña pantalla. Diversos espacios en las dos cadenas estatales nos mostraban obras de autores tan diversos como Shakespeare, Benavente o incluso Valle-Inclán. ¿Por qué creen ustedes, dicen otros, que aquélla era una estupenda iniciación al teatro?

Pues tienen toda la razón. De entre los temas que han desaparecido de la televisión en la última década, el teatro, bien en directo, bien en filmación, ha sido el ejemplo más flagrante. Se pueden recordar un sinnúmero de obras hechas con gran rigor, que despertaban el interés de los aficionados. En la tele encontraron refugio directores teatrales (González Vergel, Pérez Puig), que pudieron poner su experiencia al servicio del nuevo medio; en la tele se iniciaron jóvenes creadores (Claudio Guerin, Josefina Molina...); la tele dio de comer a una buena cantidad de actores y actrices españoles; en la tele practicaron no pocos dramaturgos y adaptadores; y en la tele comenzaron a ver teatro muchos jóvenes de aquella generación. De pronto, casi por arte de magia, todo ese potencial se perdió, ya no hubo dinero para tal tipo de producciones, los realizadores se fueron a los pasillos en espera de tiempos mejores, cobrando claro está, y los actores y actrices, sin cobrar, al Dorín o a la cafetería del María para ver si sacaban algún papelajo.

Sin pensar, ni remotamente, que cualquier tiempo pasado fue mejor, y alejándome lo más posible de insustanciales nostalgias, no consigo jus-

tificar cómo esta época que vivimos está resultando tan nefasta para el teatro. Probablemente aquellas realizaciones no fueran todo lo precisas que los telefilmes americanos nos enseña; quizá el plantel de intérpretes tuviera sus limitaciones; ignoro si la selección de textos sería la más oportuna; pero, ¿acaso la tele-basura con que nos inundan tanto las cadenas públicas como las privadas ofertan mejores resultados?

“De entre los temas que han desaparecido de la televisión en la última década, el teatro, bien directo, bien en filmación, ha sido el ejemplo más flagrante”

Sí. Ya sé que los sesudos del *marketing* dirán que todo esto lo dice un intelectualillo que, además de profesor de teatro, lo practica, etc. etc., pero que la mayoría del pueblo quiere eso, basura, madres matás a llorar por la pérdida de sus hijos, esposas desoladas por abandonos del hogar de maridos, concursos que de verdad me cuesta aceptar que son vistos por todos esos que los controles dicen. Pero, me pregunto yo, ¿dormirán tranquilos los programadores de tales espacios?, ¿sabrán el daño inmenso que están haciendo?, ¿serán conscientes del vehículo que manejan? Esto, en líneas generales, lo aplico a cualquier tipo de cadena española televisiva, dejando a un lado, claro está, a Canal Plus. Pero, si grave es la situación en el sector privado, en el público no tiene nombre. Pero es de teatro de lo que quería hablar, y no me

extenderé en tema tan vidrioso como perdido.

De manera que, tras unos años de esplendor escénico en la tele, con producciones tan modélicas como *Doce hombres sin piedad*, de Pérez Puig, *Ricardo III*, de Claudio Guerin, o *La marquesa Rosalinda*, de Francisco Montolio, pasamos a otra en donde, si bien seguían reponiendo o filmando en directo, las colocaban en horas impresentables. Hoy día, salvo algún técnico que se equivoca y por rellenar un hueco suelta un viejo vídeo, el teatro está completamente olvidado por los directores de la tele.

Con el teatro sucede como con tantas otras manifestaciones culturales en este país. Que se trabajaba mejor contra algo que a favor. El dictador sabía muy bien que la cultura, o la cultureta, si quieren más precisión, era cosa de unos pocos. Y no le importaba que en el teatro, o en la propia tele, trabajaran rojos izquierdosos. Donde quizá se equivocara, o a su saber político no le importaba llegar, era en los efectos que esas manifestaciones podían provocar: un estado de la cuestión palpitante, en donde se podrían hablar de determinados problemas a través de historias del pasado, cosa que, por otro lado, viene a ser uno de los objetivos principales del teatro.

Quienes en aquellos foros o mesas redondas echan de menos el apoyo que la televisión prestaba al teatro, no se equivocan en su pronóstico. Quizá el teatro se haya quedado viejo; quizá sus historias no importen tanto como las que realmente cuentan periódicos y telediarios; quizá un soldado bosnio se muera mejor que cualquier actorceite; pero con la pérdida de la cultura teatral, en la que tanto tiene que decir la tele, estamos perdiendo las raíces que unen al hombre con sus mitos; o dicho de otro modo: estamos alcanzando la terrible cota de no echar gusto a nada ■

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 Cánovas**
Avda. Miguel de Cervantes, 27
Telf. 29 42 11
Paseo Corvera, 66
Telf. 25 66 06
C/ Riquelme, 25 - Telf. 21 64 64
C/ Merced, 4
Telf. 24 64 04
C/ Primo de Rivera, 8
Telf. 24 88 30
MURCIA
Av. Juan Carlos I, edf. Castillo
Telf. 46 70 39
LORCA
Av. Constantino López, 2-5
Telf. 63 22 11
ALHAMA
C/ Calvo Sotelo, s/n
Telf. 42 21 20
TOTANA
- **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
- **Posticería Isidoro**
C/. Cartagena, 4
Telf. 22 04 94
MURCIA
- **Fotos Pedreño**
Simón García, 30
Telf. 21 08 57
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. Alfonso Piñana López (**medicina general**).
C/ Madre de Dios, 5 - 6º izqda. Telf. 21 00 94

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



"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

Calderón de la Barca, 4 - 1º
30001 Murcia
Telfs.: 968 / 22 02 22 - 22 04 72
Fax: 968 / 21 79 64



"HAT"

HORMIGONES, ARIDOS, TRANSPORTES

"HISALBA"

CEMENTOS

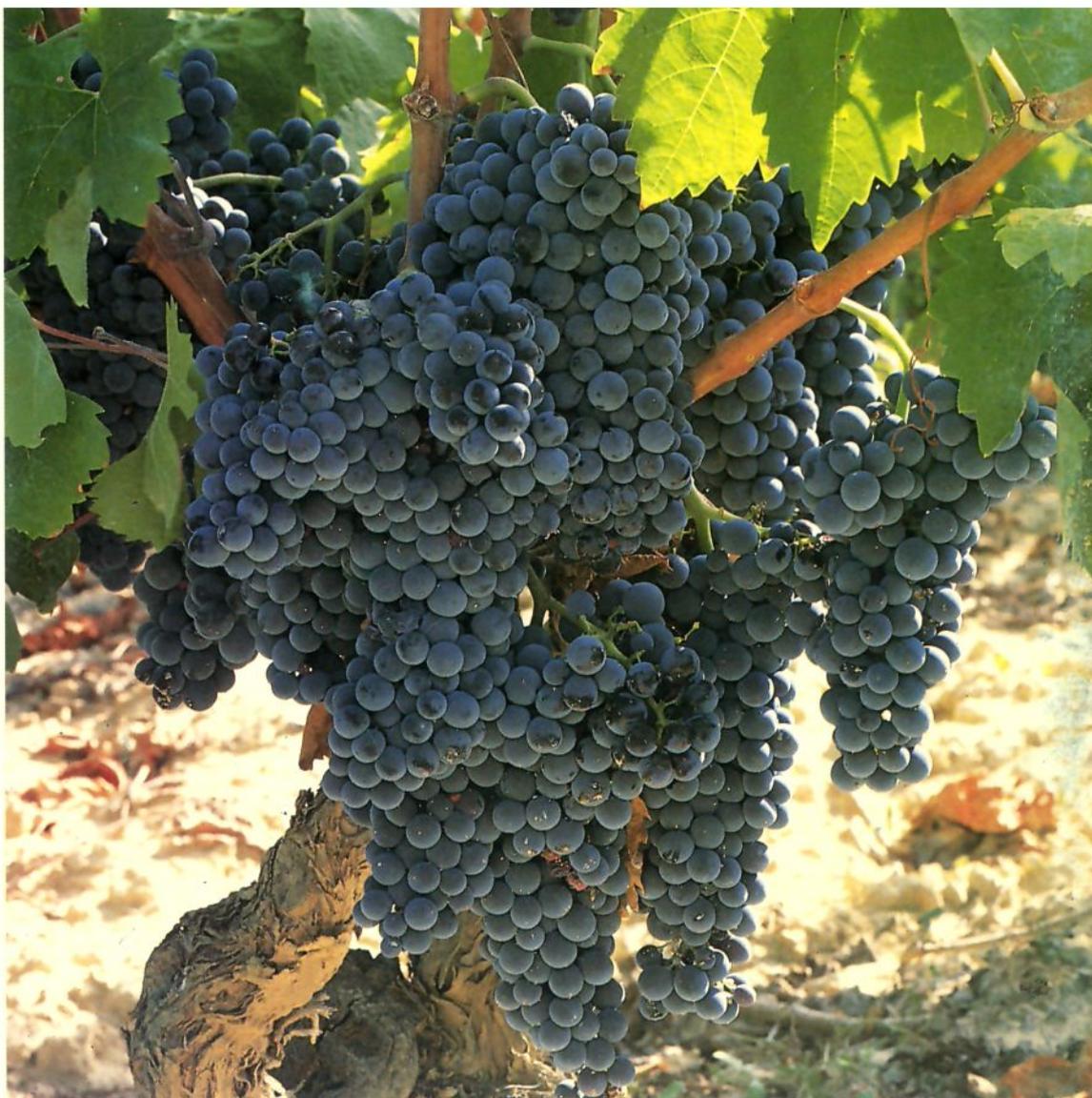
"HATMIX"

MORTEROS

Primera
Caja de
Murcia

Jumilla
1893

CAM
1993



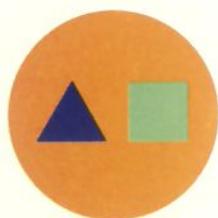
La Primera Caja de esta Región nació hace 100 años.

Sucedió hace 100 años. La Caja de Jumilla nació el 30 de Julio de 1893 para propiciar el desarrollo y apoyar las economías domésticas y las iniciativas empresariales. Después, por sucesivas fusiones en el tiempo, sería la más profunda raíz, en la Región de Murcia, de la Caja de Ahorros del Mediterráneo.

La Caja nació con auténtica vocación de servicio. Una vocación que permanece intacta 100 años después, cuando gracias a la confianza de todos, la CAM ocupa uno de los primeros puestos entre las entidades de ahorro de España.

Ahora, al cumplir el primer Centenario en la Región de Murcia, queremos celebrarlo con el mismo entusiasmo del primer día.

Gracias y felicidades.



CAM

Caja de Ahorros
del Mediterráneo

