

ONDAS POPULARES: CRÓNICA DE UNA EFÍMERA REVISTA

MARÍA JESÚS JABATO DEHESA
Académica numeraria de la
Real Academia Burgense
de Historia y Bellas Artes

RESUMEN: *Auspiciada por la Asociación Católica de Oyentes (A.C.O.) de Radio Popular de Burgos, cadena que emitía desde el 1 de agosto de 1959, se publicó en esta ciudad la revista Ondas Populares, cuyo primer número está fechado en octubre de 1959 y el último en enero-marzo de 1963. La revista no solo fue vehículo de transmisión de los contenidos radiofónicos de la cadena a la que se vinculaba, sino que sirvió al lector noticias, entrevistas y comentarios sobre el cine y la recién nacida televisión desde una óptica confesional.*

PALABRAS CLAVE: Ondas Populares. Revista. Radio. Burgos.

ABSTRACT: *Sponsored by the Catholic Listeners Association (which belonged to Radio Popular de Burgos, broadcasting since 1959, August, 21st) Ondas Populares magazine was firstly published in that city. It's first number is dated on October 1959 and the last one on January-March 1963. The magazine was not only a way for the transmission of the radio contents from its linked radio, as it brought to its readers news, interviews and commentaries concerning the cinema and television under a confessional point of view.*

KEYWORDS: Ondas Populares. Magazine. Radio. Burgos.

I. DE RADIO BURGOS, EMISORA DIOCESANA,
A RADIO POPULAR DE BURGOS (COPE).
NACIMIENTO DE LA REVISTA ONDAS POPULARES

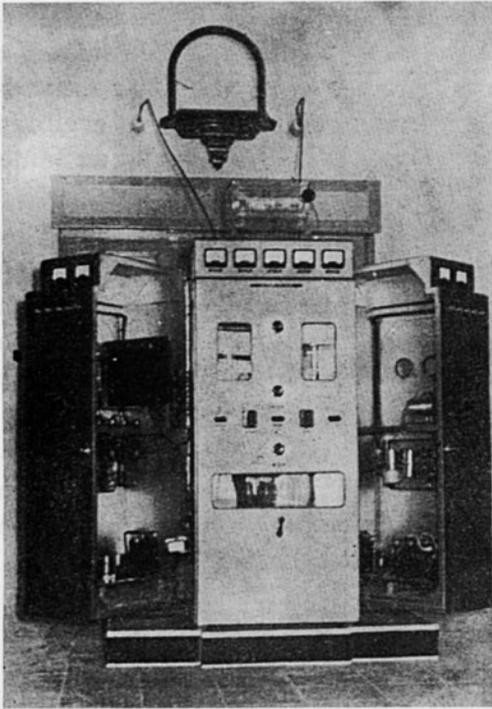


VOZ DE LA A. C. O. - NUM. 1 - OCTUBRE, 1959 - BURGOS
Deposito legal: BU 149 - 1959

Bajo esta cabecera o mancheta firmada por Satur, apareció por primera vez en octubre de 1959, en Burgos, una publicación impresa en los Talleres Gráficos de *Diario de Burgos* e impulsada por la Asociación Católica de Oyentes (A.C.O.) de *Radio Popular de Burgos* (1), cadena que emitía en la ciudad desde el 1 de agosto de 1959. Su antecedente fue la llamada *Emisora Diocesana Radio Burgos*, cuyos estudios estuvieron situados en el Seminario de San José de la capital burgalesa, derivación de una de las aproximadamente ciento cincuenta, que a mediados de la década de los 50 proliferaron en las ciudades y pueblos de España (2).

(1) Desde el origen la emisora fue de ideario católico. Dada la titularidad de la cadena, surgida de las Iglesias diocesanas y de dos órdenes religiosas en España, jesuitas y dominicos, y asumida posteriormente por la Conferencia Episcopal Española, “se considera a sí misma como confesionalmente católica y se sitúa, de partida, en el marco de los fines generales de la Iglesia y, más en concreto, de su presencia evangelizadora en el ámbito de la opinión pública” (Vid. Ideario de la COPE: Bases teóricas. Aprobado por el Pleno de la Conferencia Episcopal 26/04/1991) Su ideario se inspira en las constituciones conciliares *Lumen Gentium* y *Gaudium et Spes* y en el Decreto *Inter Mirifica, Communio et Progressio* y, en su conjunto, en el magisterio eclesial sobre las comunicaciones sociales. Los objetivos de la cadena fueron y son los que recoge el documento aprobado en 1991 por la Conferencia Episcopal, que configuran su identidad concretada en unos signos definitorios, entre ellos la promoción de los valores del humanismo cristiano que la compromete desde su origen, y si bien nunca se ha definido como emisora religiosa, ha incluido siempre contenidos en sintonía con los proyectos pastorales de la Iglesia. El ideario de la cadena explica directamente su vinculación eclesial: “La COPE no representa ni oficial ni oficiosamente, salvo cuando se hiciera constar en algún caso, a la autoridad jerárquica de la Iglesia. No es su portavoz: pero eso no quita, sino favorece, el que haya de ser altavoz de las enseñanzas y directrices de los pastores y del dinamismo eclesial”.

(2) En *Doce años de cultura española (1976-1987)* de S. AIZAMA, L. URBEZ y EQUIPO RESEÑA. Ed. Encuentro, 1989, pág. 252, se data en 1960 la concesión de licencia administrativa para la instalación y funcionamiento de las emisoras dioce-



Equipo amplificador de Radio Popular situado en el Monte de la Abadesa

Los equipos de transmisión se situaron en el Monte de la Abadesa “cuesta que baja desde Burgos, llamada así por pertenecer al Monasterio de Las Huelgas” (3), antes llamado Monte de San Cidrián o, más antiguamente, de San Cebrián de Vallemezquina, del que la Abadesa obtenía 400 carros de leña para consumo propio (4). Situado a 8 km. de la capital, junto al término municipal de Saldaña, en el camino natural de Burgos al Sur. Allí se instalaron un poste radiante de 48 m. y un aparato transmisor de 980 W., fabricado por Comercial Española de Radio y Televisión (5).

sana, y en 1963 la creación de la Dirección General de la COPE, que respetado la autonomía de cada emisora, las gestiona, coordina y presta servicio.

(3) S. DE MIÑANO Y BEDOYA. Diccionario geográfico-estadístico de España y Portugal. Tomo VIII, Pág 170, Madrid, 1927.

(4) G. MARTÍNEZ DÍEZ. *El Camino de Santiago en la Provincia de Burgos*. Excmo. Diputación Provincial de Burgos, 1998. pág 115.

(5) El equipo transmisor cubría 120 km. de radio con audición perfecta, lo cual se conseguía mediante el poste radiante unido a los 950 m. de altura del terreno, lo cual configuraba la colocación de la antena a 1.000 metros sobre el nivel del mar. La torre emisora disponía de 60 radiales a tierra de 30 metros cada uno se montó sobre una torre de cristal que la aisló totalmente del suelo. La potencia de emisión de la antena era 675 W. La modulación se realizaba por placa a un transformador y sistema *Geinsin* con un phusphul en modulación y otro en radiofrecuencia. La estabilización de la frecuencia de emisión (1,116 kilociclos) se posibilitaba al llevar el oscilador incorporado un cristal de cuarzo con un sistema especial de calentamiento o refrigeración regulado automáticamente. La señal de modulación se enviaba por un tendido telefónico-microfónico instalado por la Compañía Telefónica, y con el fin de asegurar la continuidad de funcionamiento del control en caso de avería se utilizaban en el alimentador de tensiones anódicas de conectores. El equipo permitía su uso en modulación de frecuencia, dada la previsión de su instalación en España.

El 7 de marzo de 1959, en presencia de las autoridades de la provincia, se colocó en el punto más alto de la antena una medalla con la efigie del Papa Pío XII y, en su anverso, de la Virgen Reina, entregada al Arzobispo de Burgos, D. Luciano Pérez Platero por el citado Pontífice, conmemorativa de la Realeza de la Virgen (6), y otra de Santa María la Mayor, Patrona de la ciudad.

El emplazamiento se eligió por razones geográfico-técnicas, ya que además de la altura, los equipos de amplificación no podían estar situados a menos de 4 kms. de los núcleos urbanos a fin de no producir interferencias con la televisión, que tres años antes había comenzado a emitir en Madrid y se extendía tímidamente por el resto de capitales de provincia.

Destaquemos, por curiosa, la narración de las operaciones requeridas para la puesta en marcha del equipo amplificador según explicación del vigilante de los equipos, Félix Jiménez, en 1960, un año después del comienzo de las emisiones de radio (7):

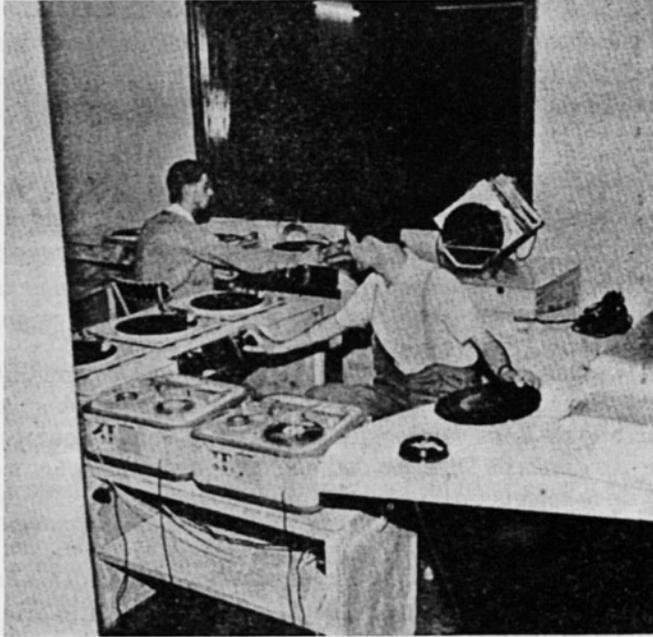
“Primero se ordena el funcionamiento de los filamentos, polarizadores y oscilador y tras un previo calentamiento de unos 15 minutos de duración, acoplamos el excitador y la alta tensión, que trabaja en ‘estrella’. No olvidemos que la sintonización a la que hay que sacar el máximo rendimiento es el miliamperímetro de rejas finales y el acoplamiento de antena -250 MA de cátodo final- de cuyo equilibrio armónico resulta una ‘salida’ de 1.700 kilovoltios.”

Los estudios de la emisora se trasladaron desde el Seminario Diocesano de San José a la tercera planta del número 2 de la Plaza Alonso Martínez de Burgos, en un piso que se habilitó a tal fin. Disponían de una discoteca de 5.000 discos con más de 15.000 títulos y de un aforo de cien espectadores que permitía la presencia de público en las emisiones, que se realizaban en la frecuencia de 1,116 kilociclos y 260,09 metros.

Con agrado se vivieron en la ciudad en 1959 los primeros controles de audición que llegaron desde las cercanas capitales de Castilla La Vieja, León, Palencia, Santander, Zamora y Valladolid, así como desde la más lejana Barcelona, y aún más la noticia de la recepción de la

(6) La proclamación del Voto de la Realeza de la Virgen fue realizada por S. S. Pío XII en 1954.

(7) N° 12-13, septiembre-octubre 1960, pág. 7.



Estudios de Radio Popular de Burgos. 1959



señal en el extranjero, en Südwestfunk, emisora alemana de Badem-Badem. La prensa local mostró la satisfacción del momento. Así lo recogió *La Voz de Castilla*:

“Las bien cuidadas notas de Radio Popular de Burgos están ya en el aire, en la caracola interna de todos los oídos burgaleses, acaparando la máxima atención –porque lo merece– de los radioyentes, de cuantos, dominadores del buen gusto, la escuchan. Felicitémonos y felicitemos a cuantos directa o indirectamente han hecho posible lo que desde ayer es ya una palpable y extraordinaria realidad burgalesa” (8).

A la par que la emisora comenzaba su programación vio la luz una revista mensual, *Ondas Populares*, que se situaba en la línea de edición de libros, revistas y boletines (9) que aparecieron paralelamente al surgimiento de las emisoras parroquiales a partir de 1955.

(8) *La voz de Castilla*. 2 de agosto de 1959.

(9) J. SÁNCHEZ HERRERO. *Historia de la Iglesia en España e Hispanoamérica desde sus inicios hasta el s. XXI*. Ed. Sílex. Madrid, 2008. Pág.431

Bajo el título *Vieja y nueva consigna*, D. Ambrosio Rebollo Peña, Director del Secretariado Diocesano de Cine, Radio y Televisión, abría las páginas del número 1 explicando la importancia de la radio, el cine y la televisión entre los medios de comunicación social, que calificaba de “técnicas difusoras del pensamiento”.

A la Iglesia –decía– “le va mucho en el asalto” de las técnicas de difusión social, ya que “ha hecho de la palabra, del verbo interior y exterior, instrumento y vehículo de una obra universal y redentora”, para concluir con la definición de la revista y la dación de cuenta de sus fines, en estos términos:

“Ondas Populares tiene bien establecidos su camino y su meta. Órgano de información y de servicio que ha de procurar en todo momento el desarrollo de unos valores que hacen de la vida humana el más bello de los dones de Dios. Su dedicación a los temas del cine, de la radio y de la televisión, desde un punto de vista trascendente, justificará con creces su existencia” (10).

La confesionalidad de Ondas Populares respondía sustancialmente al mensaje del Cardenal Herrera Oria, resumido en una frase que en la actualidad recoge el Ideario de la COPE: “Ser un periódico, para poder serlo católico”.

La propia revista, en páginas interiores (11) reafirmaba la idea en el siguiente comentario:

“...En la antena de Radio Popular de Burgos se diariamente se abrirá el girasol de la actualidad. En nuestra Revista se plasmarán sus ecos –la crónica, la noticia, el reportaje– que sobrevivirán a la fugacidad de las palabras y serán testimonio perpetuo de nuestra presencia. Porque nacemos como suplemento de la Verdad Como un eco prolongado y perpetuo de su esencia [...] Por eso, cuando las rosas se marchiten y otras generaciones prosigan nuestro empeño, la bandera de nuestro ideal seguirá flotando al viento siempre nuevo de la vida –ondas de ese popular mensaje– que a todos ofrecemos con nuestra mejor dedicatoria.”

Consecuencia de la confesionalidad de la emisora fue la instalación de un altar en los estudios de la plaza Alonso Martínez, cuya fotografía se publicó en el nº 12-13 de *Ondas Populares* (12). La ins-

(10) Nº 1, octubre 1959, pág. 1.

(11) Nº 1, octubre 1959, pág. 3.

(12) Septiembre-octubre de 1960.

tantánea muestra un pequeño espacio con cortinones a modo de escenario y suspendido de unas cuerdas, un crucifijo y un cuadro con la silueta de una Virgen. Sobre una alfombra redonda se sitúa el altar. Con el título *El altar de la emisora*, un anónimo redactor informa de su existencia y finalidad:

“Allá en la profundidad de nuestros estudios, tan íntimo como sencillo, se halla un pequeño altar, desde donde nuestros oyentes pueden escuchar la Santa Misa radiada. [...] Más que la fragancia de las flores, (se) puede percibir allí el aroma inconfundible del silencio, solo alterado por la voz del sacerdote, ofreciendo el Supremo Sacrificio. Y con el silencio, la gracia. La gracia inenarrable de la paz que Cristo lleva a los enfermos e impedidos a través de los micrófonos, dándose y extendiéndose generosamente e su constante e infinito afán de redención.”

Radio Popular contaba con un plantel de locutores y personal técnico encabezado por el director de la emisora, el sacerdote y periodista Joaquín Luis Ortega, y el jefe de programación, Juan Saborido Cursach. Al año de su puesta en marcha completaban la plantilla la guionista y locutora María del Carmen Olea “Manena”, y los también locutores Ignacio Calleja “Cuto”, Ramón Alonso, María del Pilar Gasset, José Luis Azores y María del Pilar San Martín, el hombre del tiempo, Fernando Medina, el crítico taurino Jesús Sotos, el redactor deportivo Juan Antonio Quintana “Sandro”, el crítico de cine Antonio M^a Jiménez (sic) Rico (13), el jefe de Publicidad, Félix Lorenzo Barba, el economista Pedro Pérez Elena, la telefonista Carmen Izquierdo, el vigilante Félix Jiménez y las sincronizadoras María Encarnación García, María del Carmen García y Carmina Ruiz (14). Esta plantilla era derivación de la que realizaba las emisiones de Radio Burgos en su emplazamiento del Seminario Diocesano de San José, según refiere el Anuario de la Prensa Española (15).

En reportaje firmado por M. Fierro (16), Juan Saborido ratificaba que la finalidad de la emisora era “apostólica y formativa”, y el Dele-

(13) Hoy Antonio Giménez-Rico (Burgos, 1938), director de cine y guionista.

(14) N^o 12-13, octubre-noviembre 1960, pág. 13

(15) El *Anuario de la Prensa Española: 1961* citaba la siguiente plantilla de la emisora Radio Burgos: Director, Ambrosio Rebollo Peña. Redacción, Juan Saborido Cursach, Félix Lorenzo Barba, Antonio Jiménez-Rico y Sáenz de Cabezón, Manuel Calleja López y M^a del Carmen Olea Martínez. Colaboradores, José M^a Segovia, Antonio Gutiérrez Lozano, Carlos E. Mendicuti y José Manuel García Gómez.

(16) N^o 1, octubre 1959, pág. 8.



Los locutores José Luis Azores y Pilar Gasset en sendas emisiones

gado Diocesano de Radiodifusión, José María Francés Gil, en entrevista realizada en el mismo número (17), afirmaba que “la radio es una forma de transmisión del pensamiento, de la música, de la actualidad, en forma totalmente audible, con limpieza de miras, con honestidad, aunque alegre y optimista”, y en el intento de despejar cualquier duda sobre la función de la cadena, el citado redactor insertaba en la revista esta afirmación, que constituye toda una declaración de intenciones:

“Muchos se creían que por llevar la impronta de ‘Diocesana’ la nueva estación radiodifusora debía ser una fragua de beatitudes y que sus programas se compondrían tan solo de sermones y música religiosa. El chasco ha sido grande. Porque aceptando el vocablo ‘diocesana’ como sinónimo de ‘católica’, conviene advertir a quienes lo ignoren que el catolicismo es signo de vitalidad y de alegría. Y sobre todo porque sería absurdo y carente de toda lógica el pretender atraer a las gentes con sistemas no eficaces. La Iglesia ha estado y estará siempre a la altura de las circunstancias y ha de aprovechar los medios que la técnica le proporciona para servir siempre a sus excelsos fines.”

(17) Pág. 5.

La cadena de radio contaba con un Club de Amigos (18) círculo de simpatizantes de la emisora, que potenció la edición de Ondas Populares, con la que colaboraban materialmente (19). La pertenencia a este club permitía la participación en los sorteos de la llamada Cadena Comercial de la Amistad, programa bautizado con un juego de palabras que hacía de la radio nexo de unión entre los socios. Los establecimientos que participaban en ella eran veintiuno en 1962, según refiere el último número de Ondas Populares, todos ellos comercios de reconocido prestigio en la capital, hoy, los más, ya desaparecidos, como la *Casa de las Mantas*, *Casa Ruera*, *Relojería Espada*, *Galerías Marvi y Nati*, *Radio Relojería Milán*, *Calzados Bambi e Hitogasa*, *Guarnicioneria Nieto*, *Droguería Central y Cordón*, *Muebles Angulo o Radiolandia*, y otros aún abiertos al público, como *Calzados Bahía*, *Papelería Sedano*, *Ópticas Mijangos e Izamil*, *Música y Deportes*, *Cuchillería Ibáñez*, *Droguería Daroca o Librería Luz y Vida* (20).

II. DATOS TÉCNICOS

La prensa es una de las modalidades periodísticas –junto a la radio y la televisión– que utiliza los recursos del lenguaje escrito para cumplir su función esencial de informar de forma objetiva de lo que ocurre, además de las funciones de opinión y crítica, consustanciales también a las publicaciones periódicas –ya sean diarias o periódicos o diarios en sentido estricto, ya tengan otra periodicidad semanal, mensual, bimensual, etc., en cuyo caso se denominan revistas–.

Ondas Populares se inserta en este último grupo dada su periodicidad mensual –bimensual en ocasiones, como se verá–, si bien siendo revista debe calificarse de especializada, dada la materia específica

(18) En varios números de la revista (a partir del nº 5, febrero 1960) se insertaron anuncios de este literal: *Difunde el ambiente y los beneficios del Club de Amigos de Radio Popular de Burgos. Plaza Alonso Martínez 2, 3º. Teléfono 6042. Apartado 188.*

(19) Acogía tres tipos de socios según se informaba en el nº 5 de la revista, de febrero de 1960: Simpatizante, colaborador, comercial y bienhechor.

(20) En estos sorteos promovidos por la emisora los agraciados eran obsequiados con regalos tan dispares como balones de reglamento, cacerolas, plumas estiligráficas, mantas, máquinas de afeitar, zapatos, combinaciones, monturas de gafas, lámparas de sobremesa, despertadores de lujo (sic), frascos de colonia, relojes, cafeteras, libros y otros, de los que daba puntual cuenta la revista.

que constituye su contenido, la comunicación en general y la radio en particular (21).

Los datos técnicos de la revista son los siguientes:

Nombre y cabecera: Ondas Populares (Voz de la A.C.O.)

Director: No consignado

Redacción, administración y talleres:

No consignados redacción y administración;

Impresión en Talleres Gráficos Diario de Burgos

Depósito Legal: Bu 149-1959

Lugar y fecha de edición del primer y último ejemplares:

Burgos, octubre de 1959 – Burgos, enero-marzo 1963

Épocas:

I Época: octubre-1959 – enero-febrero 1961

II Época: enero-marzo 1963

Precio:

No consignado. Gratuita para los socios colaboradores, comerciales y bienhechores del Club de Amigos de Radio Popular de Burgos

Formato:

30,50 x 20,50 cm. (22)

Número de páginas:

8 páginas los números mensuales

12 páginas los bimensuales a excepción de uno, que consta de 16.

Secciones:

En los distintos números de la revista fueron cambiando las secciones, pero mantuvo un esqueleto con ligeras variaciones en el nombre o en la ubicación.

Editorial

Crónica

Ráfagas

La noticia comentada

(21) El *Anuario de la Prensa 1962* incluye la siguiente reseña genérica de la revista: *Ondas Populares*, Voz de la A.C.O. Mensual. Propietario: Compañía Industrial Film Española S.A. Redacción José Antonio 41, 2º Madrid. Materia Principal información cinematográfica.

(22) Los ejemplares consultados se encuentran encuadernados, lo cual puede haberles restado algún centímetro de altura o anchura.

Pequeña historia de...
 La hora de Burgos
 La vida, espectáculo...
 Diálogos sobre cine
 Cortometrajes
 Entrevista
 'Fantasías' en séptima página (23):

Deportes
 Discos
 Crucigrama
 Humor
 Curiosidades

Noticiero TV
 La hora de Burgos
 Aquí Radio Popular de Burgos
 Artes y letras
 Cuentos
 Poesía
 Cartas al director

Firmas:

Editorial:

Ambrosio Rebollo (nº 1)
 Mario Bos (nº 2)
 Resto de números, sin firma.

Secciones:

Televis, Antonio M^a Jiménez-Rico, Fidel Domingo (24) Jesús M^a Jabato (25), Joaquín Luis Ortega, M. Fierro, P. Yáñez, César González Cárdenas, Tan, y Antonio Diza.

Además de las firmas citadas, las páginas de Ondas Populares acogieron reportajes de la Agencia Zardoya firmados por el Dr. I.M. Levitt, director del Planetario Feis, de Filadelfia, de John Raymond, del P. Jerome R. Lawyer o de Ernest Hemingway (26), entre otros.

(23) A partir del nº 7 de la revista pasó a llamarse *Fantasia en cuatro espacios*.

(24) También bajo la firma Domingo Saiz.

(25) También bajo las firmas y seudónimos J. Jabato, J., J.J., Paulo, Uno, Joe, Joe-Mikro, Raúl, Tan, Oriol, Jorge Oriol y Aguilucho.

(26) El cuento titulado *Un día de espera*.

La revista admitía la colaboración de los lectores (27) y a ello responde de la inserción de textos suscritos por los socios del Club de Amigos.

Edición:

Formato y papel de periódico, en blanco y negro, con cabeceras y títulos en un solo color que variaba de uno a otro número (rojo, naranja, rosa, varias tonalidades de verde y azul, amarillo y marrón). Las fotografías se publicaron en blanco y negro. Las ilustraciones en negro o en el mismo color de la cabecera y títulos de cada número.

III. ALGUNOS CONTENIDOS DE *ONDAS POPULARES*

1. Los editoriales: el inicio de la televisión y otras cuestiones

“*Ondas Populares* tiene bien establecidos su camino y su meta”. Con estas palabras el director del Secretariado Diocesano de Cine, Radio y Televisión, Ambrosio Rebollo, abría el editorial en el que daba cuenta de los objetivos de la publicación en su primer número, de marcado tono fundacional, que sentaba las bases ideológicas de la revista y justificaba su presencia en la necesidad de “un órgano de opinión que multiplique la eficacia de las nuevas obras y entable un diálogo sincero y cordial entre cuantos se afanan por servir a la Iglesia con todos los medios” (28).

“Órgano de información y de servicio que ha de procurar en todo momento el desarrollo de unos valores que hacen de la vida humana el más bello de los dones de Dios. Su dedicación a los temas del cine, de la radio y de la televisión desde un punto de vista trascendente, justificará con creces su existencia.”

El autor del texto hacía una curiosa clasificación de los hombres atendiendo a la irrupción de las que denominaba “nuevas técnicas”:

(27) Vid. nº 12-13 de septiembre-octubre 1960: “Todas las sanas inquietudes hallarán eco en las páginas de *Ondas Populares*. Por tanto recibiremos con agrado cualquier sugerencia, ayuda o colaboración que en este sentido se nos proporcione.”

(28) A través de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social, erigida en 1966 a la par que se constituía la Conferencia Episcopal Española. Comisión que nació siguiendo las indicaciones del decreto *Inter Mirifica* del Concilio Vaticano II, que es establece como misión de las oficinas responsables velar para que la conciencia de los fieles se forme rectamente sobre el uso de estos instrumentos.

“El hombre de la prensa, formado según los cánones tradicionales, que lo que sabe lo ha aprendido leyendo, y que es recogido ya el libro favorece la reflexión y la interioridad: La generación del cine, que se inició en la imagen animada desde su juventud, más dada a la exterioridad, que ha desarrollado su memoria imaginativa en proporciones considerables; La generación acostumbrada a seguir los programas de la radio desde su infancia a la que un amplio mundo se le ha abierto constantemente ante su receptor; entere la que hay jóvenes que apenas saben leer pero que poseen muy buena memoria auditiva. Y por último queda casi sin estrenar el hombre de la televisión, que todavía no ha desarrollado su propia técnica de programas, pero que cuenta con maravillosas posibilidades”.

El llamado ‘hombre de la televisión’ habría de ser el protagonista del siguiente editorial y de sucesivos espacios en la revista, que se hizo eco de la progresiva introducción de este medio de comunicación en los hogares. Bajo el título *Siglo adelante*, Mario Bos daba cuenta de la recepción de la televisión en Burgos el 12 de octubre de 1959, indicando enfáticamente que tal fecha “señala el acontecimiento máximo de nuestra historia”:

“La noticia ha producido en los ambientes particular alegría. Aunque los aparatos receptores de la televisión no se encuentren aún al alcance de la inmensa mayoría de nuestros hogares, en mayor o menor escala todos hemos de enriquecernos con sus múltiples beneficios. Incluso no sería arriesgado predecir que en el plazo de uno o dos lustros han de ser precisamente los económicamente débiles los primeros favorecidos. Así nos hacen pensar las nuevas medidas para adquisición de receptores y la historia de otros países europeos”.

Y a renglón seguido planteaba el aún incipiente problema del uso de este medio, plasmando la idea de reforzamiento de los vínculos familiares que propicia, expresada por Pío XII:

“La televisión, dada la gran ventaja que tiene de mantener más fácilmente dentro del hogar a grandes y pequeños, puede contribuir a reforzar los lazos de amor y fidelidad en la familia, pero siempre a condición de que no menoscabe esas mismas virtudes de fidelidad, de pureza y de amor” (29).

En el mismo número, Televis, firmaba un artículo titulado *Algo sobre la TV en Burgos*, en la que tras dar cuenta de su asistencia en

(29) Carta Encíclica *Miranda Prorsus* sobre el cine, la radio y la televisión. 8/09/1957

Madrid a unos cursos sobre “técnica televisora”, se alegraba de la cantidad de instalaciones que proliferaban ya en la ciudad y ponía en solfa la técnica de algunas de ellas achacando a las deficiencias de colocación de las antenas las imperfecciones de recepción de la señal, ya que “la Bola del Mundo se capta perfectamente en nuestra ciudad y aún más lejos todavía”, finalizando con el consejo, dirigido a los radio-técnicos, de que amplíen sus conocimientos a través de cursos de formación en televisión, “invento maravilloso que Dios ha permitido que se divulgue entre los hombres para su solaz y recreo” (30).

Este artículo dio lugar a una enconada controversia que tuvo eco en las páginas de *Ondas Populares*, ya que el periódico local *La Voz de Castilla* publicó una carta firmada por X, que resultó ser Muro, uno de los instaladores de Burgos, en la que solicitaba que Televis se identificara y cuestionaba airadamente su opinión acerca de la incorrección de las instalaciones de las antenas. En las réplicas y contraréplicas de ambos se puso de manifiesto la debilidad de la señal que se recibía en Burgos por la distancia al emisor y por la orografía del terreno, concluyendo la correspondencia cuando Televis –que no se identificó en ningún momento–, se ausentó de la ciudad por motivos profesionales, de lo que dio cuenta puntual la revista, así como de la instalación, en 1960, de tres estaciones de enlace o repetidoras en la provincia de Burgos, en San Martín el Rojo y Berberana, con el fin de mejorar la difusión de la imagen. Estas estaciones fueron posibles gracias al Consorcio Interprovincial de Diputaciones para la Televisión en el Norte de España, constituido en 1957 por las corporaciones de Álava, Burgos, Guipúzcoa, Logroño, Navarra, Santander y Vizcaya (31).

No terminaron aquí las mejoras técnicas que habrían de facilitar una correcta recepción de la señal de televisión, ya que el 15 de diciembre de 1960 entró en funcionamiento el poste repetidor del Castillo, que mejoró tan sustancialmente la imagen de los televisores. *Ondas Populares* (32) no dudó en decir que se captaba “con una

(30) También en las páginas del citado nº 2 de *Ondas Populares* se reprodujo el decreto regulador de antenas de televisión por considerarlo “de actualidad”. Permitía la instalación de antenas receptoras de televisión en el exterior de los edificios “a inquilinos, arrendatarios o personas legalmente autorizadas para usar de la totalidad o parte de un inmueble urbano”.

(31) Pág. 2, nº 10-11.

(32) Vid. pág 8, nº 14-15.

nitidez asombrosa”, “perfectísima y completa”, haciéndose eco de la solicitud realizada por la Delegación de Información y Turismo de controles de la recepción, acopio de datos que se estimaba de gran interés para poder corregir las posibles anomalías que pudieran presentarse (33).

Llegados a este punto se hace imprescindible una digresión histórica. La televisión terrestre nació en España el 28 de octubre de 1956, fecha en la que comenzaron las emisiones de Televisión Española por VHF, que únicamente pudieron ser vistas en Madrid y cercanías a través de los aproximadamente 300 televisores existentes. El tiempo de emisión en los inicios fue de 3 horas al día.

Dos años y medio después, el 15 de febrero de 1959, se iniciaron las emisiones de Televisión Española en Barcelona con ocasión de la transmisión de un partido entre el Real Madrid y el FC Barcelona, y a comienzos de los años 60 empezó a recibir la señal el resto de las capitales de provincia a través de los aproximadamente 50.000 aparatos de televisión instalados en los hogares españoles en aquella fecha.

El escaso número de televisores propició que en 1962 se permitiera su venta a plazos, que creció a tal ritmo que en 1964 se contabilizaban en un millón. El segundo canal de TVE, llamado UHF dado que emitía por la banda de igual nombre, comenzó en 1965, con tres horas diarias de programación restringidas a Madrid. Hasta 1970 no llegaría el color a los dos canales de TVE, aunque su extensión fue progresiva ya que era muy elevado el número de aparatos receptores de la señal en blanco y negro.

En paralelo con la introducción de la televisión en los hogares se planteó la conveniencia o no de su entrada en conventos y monasterios de vida contemplativa, de la que dio cumplida cuenta *Ondas Populares*, controversia que fue zanjada por la Congregación de Religiosos con una tajante declaración:

“No existe motivo alguno que justifique la introducción de televisores en las comunidades de vida contemplativa, pero puede tolerarse la existencia de aparatos de radio con el fin de que los religiosos

(33) “Los repetidores son, en realidad, amplificadores de señal que realizan una función semejante a los transformadores eléctricos. Captan las señales que llegan de la emisora a través de una antena, la amplifican y la vuelven a lanzar por otra antena. Hoy los hay automáticos, muy eficaces, que incluso están dotados de grupo electrógeno para caso de avería”. Este didáctico texto se incluyó en la revista correspondiente a octubre de 1959.

puedan escuchar la palabra del Papa y recibir su bendición, así como para oír las transmisiones de Radio Vaticana en las diversas lenguas o para escuchar la crónica de algún acontecimiento excepcional de carácter religioso”.

La misma cuestión se planteó respecto a las comunidades de vida activa, para las cuales la Congregación estableció un criterio más amplio:

“Se prohíbe la posesión a título personal de aparatos de radio o televisión pero se permite que exista alguno en una sala de la comunidad bajo el control del superior o de un delegado suyo, con el fin de que no se alteren los horarios de estudio o de otras ocupaciones”. En todo caso, y salvo excepciones para determinados religiosos y ciertos programas cuyo conocimiento se estime imprescindible “los superiores deben prohibir la visión o la audición de transmisiones que puedan desdecir de la vida religiosa” (34).

También fue objeto de cuestión la emisión de programas de televisión calificados para mayores de 16 años, en locales públicos, que se zanjó con una nota de la Delegación Provincial de Información y Turismo, inserta en el nº 16-17 de la revista, en la cual se advertía que la presencia de menores suponía infracción de la norma vigente, la O.M. de 30-11-54, y se informaba de que los locales serían objeto de vigilancia por parte del Servicio de Inspección de Espectáculos de la citada Delegación, que sancionaría, en su caso, las infracciones. Igualmente recogió este número la nota oficial de la Oficina de Información del Ministerio de Hacienda sobre el Impuesto de Radio-audición y Televisión, que excluía desde el 1 de enero de 1961 la contribución por los aparatos de radio instalados en domicilios particulares, pero no así los instalados en automóviles, motos, embarcaciones de recreo, hoteles, restaurantes, salones de té, bailes, sociedades recreativas y afines, para los cuales establecía tarifas de 100 a 150 pesetas y de 500 pesetas para la instalación de altavoces, y tarifas de 300 ó 500 pesetas para los televisores en función de su tamaño.

Por último se insertaba un resumen de las disposiciones de la jerarquía católica inglesa, elaboradas por la Asociación Internacional Católica de Radio y Televisión, sobre los programas de televisión y su incidencia en la vida familiar, en las cuales se señalaba la convenien-

(34) Vid. pág. 6, nº 12-13.

cia de restringir la visión de programas a dos horas diarias prohibiéndola en las horas de la comida, excluyendo los programas “de terror”, haciendo comprender a los jóvenes y niños que de la misma manera que no se les permite fumar o beber, ciertos espectáculos están solo dedicados a las personas mayores. Respecto a los padres, señalaban las disposiciones que no deben limitarse a ser espectadores pasivos, estableciendo su deber de “quejarse a las emisoras de aquellos programas que atenten a las buenas costumbres” de igual forma que deberán expresarles su felicitación “por lo que consideren de provecho o lección”.

La preocupación por los contenidos de la televisión era evidente (35). Sebastián Álvarez, en una columna publicada bajo el título *TV* en el diario *Pueblo*, y posteriormente en *Ondas Populares* (36), criticaba la ausencia de valores en la programación, daba su particular visión del éxito del medio y se lamentaba de la ausencia de poesía en la televisión.

“Aunque nos distraiga, e incluso nos divierta, se hace difícil pensar en la televisión como algo que contenga valores culturales mucho más estimables que los de cualquier miniatura de periódico para niños. Los motivos que impulsan a los mayores a adoptar a veces esta clase de literatura para entrar en un mundo de historietas, chistes y aventuras de buenos y malos, pueden, quizá, explicar el éxito fabuloso de la televisión en todas las clases sociales. Como señala muy bien Javier M. Bedoya, ‘Dios mío, qué pocas veces se ‘ve’ poesía en la pantalla de un televisor.

La televisión, en lugar de avanzar hacia lo que tal vez se pueda llamar ‘arte televisivo’, está dejando a la Humanidad sin un solo recuerdo que valga la pena. Parece conformada en ser solo un pasatiempo

(35) El poder de la televisión y de los medios de comunicación en general en el desarrollo de los países del Tercer Mundo y en las labores de apostolado de la Iglesia Católica en ese continente fue asimismo objeto de análisis en *Ondas Populares* en un largo artículo del P. Comboniano Romero Panciroli, publicado en el número 14-15 y en la revista *Mundo Negro* bajo el título *Pancartas y televisores contra fetiches y hechiceros*. A él corresponde este párrafo que sintetiza su idea central: “La posible constitución de un centro internacional radio-televisivo católico que organice los servicios de información y documentación, que recoja y transmita espectáculos de carácter sacro, documentales de actualidad católica, escenas de películas religiosas, secuencias que ilustren el dogma, etc., constituiría un poderoso instrumento de penetración apostólica incluso en tierras de misión, donde solo iniciativas de este género podrían, en un mañana no lejano, competir eficazmente con la organización radio-televisiva musulmana y marxista”.

(36) N° 18, de marzo de 1963

como otro cualquiera, pero servido a domicilio por la maravilla de la ciencia y por la capacidad –en apariencia solo técnica– de los hombres que la manejan. De arte, de belleza plástica, de cultura y de educación visual, solo unas gotas”.

El resto de los editoriales de *Ondas Populares* versaron sobre temas muy diversos, si bien se mantuvieron en la línea ideológica de la revista. Así, la comunicación en sus más variados aspectos; Radio:

“Las nuevas técnicas facilitan hasta el extremo la comunicación. Sin embargo cada día se escucha menos. Falta atención” (37).

Cine:

“Hay que ganar el mundo del cine. Para ello es necesario presentar la batalla en tres frentes simultáneos: difusión de la cultura cinematográfica, control organizado de la distribución de películas y creación de casas productoras” (38).

“En el corto espacio de dos años... el 80% del cine de 16 mm. está ya en nuestras manos –de la Agrupación Nacional de Salas Católicas de Cine, FIDES–. Véase lo que eso supone para el saneamiento moral y artístico de los programas” (39).

“Lo que en principio nació como una iniciativa de carácter privado para resolver un problema local (la FIDES), ahora se nos presenta con dimensiones nacionales. Todos los aspectos de la cinematografía –especialmente el religioso-moral– pueden resultar favorecidos” (40).

Televisión:

“Los padres de familia no deben olvidar que entre sus obligaciones de educación entra de lleno el seleccionar los programas de radio o de televisión que han de ser seguidos dentro de su casa” (41).

El intrusismo en los medios de comunicación:

“...cualquier ciudadano capaz de pronunciar con agrado unas palabras puede ponerse de manera habitual ante el micrófono y hacerse oír en millares de receptores sin que nadie le exija una formación profesional adecuada” (42).

(37) N° 3. “Oír y escuchar”.

(38) N° 4. “Siempre a tiempo”.

(39) N° 5: “Amigo del hogar”.

(40) N° 16-17: “Mayoría de edad”.

(41) N° 9: “Agrupación”.

(42) N° 10-11: “Preparación”.

Los objetivos de los medios:

“...muchas veces nos hemos preguntado si los modernos medios de difusión del pensamiento no son ya los precursores de esa nueva era de unidad entre los hombres y los pueblos” (43).

O los concretos objetivos de la cadena:

“Confiamos plenamente en alcanzar la meta que nos hemos propuesto: que Radio Popular de Burgos sea el oráculo fiel y ameno del pensamiento cristiano” (44).

“Todavía no han cesado los comentarios en torno a la orientación general de la Emisora Diocesana. Para la inmensa mayoría de los oyentes ha sido y sigue siendo una sorpresa gratísima pues nunca hubieran sospechado que la ‘emisora de los curas’ iba a adoptar un ritmo tan ágil y moderno” (45).

Radio sí, pero la estrella del momento era la televisión y todos los números de la revista recogieron noticias sobre este medio, consiguiéndose datos (“1.463.000 japoneses tenían receptores de televisión al terminar 1958 frente a los 800.000 que disponían de aparatos televisores al comenzar ese año” (46)) y avances técnicos (“La última aportación al progreso de la TV ha sido la cámara que impresiona imágenes en cinta magnetofónica en blanco y negro o en color y que pueden ser proyectadas sin necesidad de revelado” (47)).

2. Las entrevistas

A través de quince entrevistas (48), *Ondas Populares* acercó a sus lectores el perfil de los profesionales de Radio Popular de Burgos.

(43) N°14-1 5: *Alborada*.

(44) N° 6-7: *Más allá de una empresa*.

(45) N° 8: *Lo religioso*.

(46) N° 1: *Cortometrajes*.

(47) *Cortometrajes*, n° 1, octubre 1959.

(48) Fueron entrevistados José María Francés Gil, delegado diocesano de Radiodifusión; Manuel Gómez Galarza, oyente; Fernando Medina, meteorólogo; Juan Manuel Velázquez Ruiz, presidente de los Jóvenes de Acción Católica; Ramón Alonso Santaolalla, realizador del programa *La voz del corazón*, de Radio Popular de Burgos; Pilar Gasset, locutora de Radio Popular de Burgos; María del Carmen Olea, redactora del programa *Pequeño mundo del hogar*, de Radio Popular de Burgos; Ignacio Calleja Botín, locutor de Radio Popular de Burgos; María Pilar San Martín, locutora de Radio Popular de Burgos; Pedro Pérez Elena, realizador del programa *Información financiera*, de Radio Popular de Burgos; Jesús Sotos, crítico

ONDAS POPULARES

VOZ DE LA A. C. O. - NUM. 1 - OCTUBRE, 1959 - BURGOS
Deposito legal: B11 149-1959

Vieja y nueva consigna

La imagen de nuestro siglo es la de un mundo en transformación. Todo parece haber entrado bajo la influencia de una corriente evolutiva, con resultados asombrosos e imprevisibles. Naturalmente, también el mundo del espíritu habría de sufrir los efectos de tan rápido desarrollo. Los asaltos le han venido de todas las direcciones. Uno de los más importantes, a juzgar por sus consecuencias, ha sido iniciado por las técnicas difusoras del pensamiento: el cine, la radio y la televisión.

Entre las muchas clasificaciones de los hombres que actualmente podrían hacerse, se impone una que tome como fundamento la irrupción de las nuevas técnicas. Podríamos distinguir en primer lugar al hombre de la prensa, formado según los cánones tradicionales. Lo que sabe lo ha aprendido leyendo. El libro favorece la reflexión y la interioridad. Vendrá en segundo término la generación del cine, que se inició en la imagen animada desde su juventud. Más dado a la exterioridad, ha desarrollado su memoria imaginativa en proporciones considerables. Existe otra tercera generación acostumbrada a seguir los programas de radio desde su infancia. Un amplio mundo se le ha abierto constantemente ante su receptor. Entre ellos hay jóvenes que apenas saben leer, pero que poseen muy buena memoria auditiva. Por último queda casi por estrenar el hombre de la televisión, que todavía no ha desarrollado su propia técnica de programas, pero que cuenta con maravillosas posibilidades.

Sin entrar ni salir en el tema de la legitimidad de la clasificación expuesta, nadie puede poner en duda que las técnicas de difusión han influido notablemente en el mundo del espíritu. Ante un problema de tales magnitudes la Iglesia no ha quedado, ni podrá quedar indiferente. Le va mucho en el asunto, para no acudir con prontitud a tomar sus posiciones. Ella tan vinculada a la historia entera del progreso y que ha hecho de la palabra, del verbo interior y exterior, instrumento y vehículo de una obra universal y redentora.

«ONDAS POPULARES» tiene ya por tanto, bien establecidos su camino y su meta. Órgano de información y de servicio que ha de procurar en todo momento el desarrollo de unos valores, que hacen de la vida humana el más bello de los dones de Dios. Su dedicación a los temas del cine, de la radio y de la televisión, desde un punto de vista transcendente, justificará con creces su existencia.

Pero en Burgos hay algo más. Por iniciativa de nuestro Prelado la diócesis burgalesa cuenta con realidades que la

Crónica y reportaje de Radio Popular de Burgos



DESDE el 1.º de Agosto, "Radio Popular de Burgos" emite normalmente sus magníficos programas. Son unos programas que han captado al oyente de modo definitivo y han hecho que la incipiente Emisora, calificada ya de "dinámica", redoble sus esfuerzos con objeto de perfeccionar su técnica y su estilo. Muchos se creían que por llevar la impronta de "Diocesana", la nueva Estación radiodifusora debía

situarse en la vanguardia de la influencia católica en estos nuevos campos de actividad apostólica. Necesitábamos ya un órgano de opinión que multiplicase la eficacia de las nuevas obras y entablase un diálogo sincero y cordial entre cuantos se afanan por servir a la Iglesia con todos los medios.

Ambrosio Rebollo
Director del Secretariado Diocesano
de Prensa, Radio y Televisión

ser una fragua de beatitudes y que sus programas se compendrían tan sólo de sermones y música religiosa. El chasco ha sido grande. Porque aceptando el vocablo "diocesana" como sinónimo de "católica", conviene advertir a quienes lo ignoren que el catolicismo es signo de vitalidad y de alegría. Y, sobre todo, porque sería absurdo y carente de toda lógica el pretender atraer a las gentes con sistemas no eficaces. La Iglesia ha estado y estará siempre a la altura de las circunstancias y ha de aprovechar los medios que la técnica le proporciona para servir siempre a sus excoelsos fines.

ANTECEDENTES DE RADIO
POPULAR
Primero funcionó, ¿lo recuerdan
Vds.? bajo el nombre de Emisora Dio-

Ondas populares, nº 1, pág. 1

El delegado diocesano de Radiodifusión, José María Francés Gil, abrió la sección junto con un oyente, y tras ellos desfilaron locutores, realizadores, jefes de programas, críticos, corresponsales y el meteorólogo de la cadena, Fernando Medina, que alcanzó notable popularidad a través de su espacio en las ondas.

Declaraba José María Francés Gil que la emisora y la constitución de la Asociación Católica de Oyentes (A.C.O.) eran sus atenciones preferentes, al tiempo que agradecía a Radio Castilla la hospitalidad prestada durante diez años a “Crismón” (49), punto de arranque de Radio Popular de Burgos, que era concebida como “una forma de transmisión del pensamiento, de la música, de la actualidad... con limpieza de miras, con honestidad, alegre y optimista”. Aseguraba Francés que esta idea de la radiodifusión católica pronto sería conocida por los oyentes y, efectivamente, uno de ellos, Manuel Gómez Galarza, entrevistado en la revista, calificó de “magnífica en todos los aspectos” la programación de la emisora de la que se confesaba asiduo oyente, destacando la programación infantil de los jueves, emisión que, según sus palabras “se ha convertido para muchos padres en una verdadera aliada como arma de castigo, ya que la esperan los críos con verdadera ilusión y la amenaza de privarles de ella produce unos efectos sorprendentes.” Entendía Gómez Galarza que Radio Popular elevaba el ambiente artístico y cultural del oyente, manifestando su sorpresa ante la programación y contenidos de la cadena frente a la inicial impresión de escepticismo generada “pensando que dado el auténtico matiz católico de la emisora los programas iban a consistir poco menos que en una recopilación de sermones”. “La radio se ha convertido en uno de los medios formativos de mayor fuerza tanto en el bien como en el mal, concluía, y demandaba una clasificación de los programas por parte de la Iglesia y del Estado, al igual que se hacía con lecturas, cine y teatro, ya que “quizás los que se oyen con más fruición necesitarían clasificarse de ‘cuatro’ para arriba”.

taurino de Radio Popular de Burgos; José Luis Azores, locutor de Radio Popular de Burgos y director de su Club de Amigos; Julián Rodrigo Maeso, Corresponsal de Radio Popular de Burgos en Bilbao y crítico deportivo de *La Gaceta del Norte*; Jesús Irazábal, corresponsal de Radio Popular de Burgos en Madrid; Juan Saborido Cursach, jefe de Programación de Radio Popular de Burgos; María del Carmen Blanco, locutora de Radio Popular de Burgos.

(49) Revista hablada de la Acción Católica burgalesa.

Más exigente con la programación de la cadena se mostraba el presidente de los Jóvenes de Acción Católica de Burgos, Juan Manuel Velázquez Ruiz, que entendía la radio como un instrumento formativo para la juventud y declaraba que la programación “debía superarse”, echando de menos “una emisión popular de divulgación científica y un espacio destinado a la juventud en general”.

Fernando Medina, el hombre del tiempo de Radio Popular, hermano del también meteorólogo Mariano Medina –primero que ejerció estas funciones en Televisión Española–, confesó a *Ondas Populares* su pasión por el tiempo y por su hijo Fernando, aclaró que en la luna hace mucho calor y que “las armas nucleares influyen menos en las condiciones atmosféricas que el humo de los cigarrillos ingleses en los cambios climatológicos de Londres”, y concretó que su pronóstico más arriesgado fue la información meteorológica que dio a través de Radio Popular para los espeleólogos de la Operación O.G. 59 (50).

También el jefe de programación de la cadena y los realizadores de los dos de sus programas, *La voz del corazón* e *Información financiera*, tuvieron espacio en *Ondas Populares*. El primero de ellos, Juan Saborido Cursach, hombre de vocación radiofónica, la definía al año y medio del inicio de su andadura como “una ambición en marcha”, incidiendo en la pretensión de ser “algo más” que un instrumento de diversión.

La voz del corazón, una de las emisiones que mayor interés despertó en los oyentes, tenía como realizador a Ramón Alonso Santaolalla, joven sacerdote, subdirector de la Casa Diocesana de Ejercicios, que aceptó la propuesta de Cáritas de comunicar con el público a través de la radio mediante un programa centrado en la caridad canalizada a través de peticiones para remediar casos concretos que se exponían en antena: “...recuerdo a los ‘Pepes’, a los ‘Cucudrulus’, al donante que entrega periódicamente su óbolo bajo la rúbrica ‘dos cafés y dos pitillos’ y a un señor que también periódicamente entrega en la emisora dos sobres amarillos, uno para vergonzantes y otro para el caso de la semana”, decía al ser entrevistado para *Ondas Populares*. De entre estos casos, uno, el llamado “del pastor de Monasterio”, conmovió especialmente al realizador, que lo narró para la revista:

“La mujer de este pastor falleció a consecuencia de un parto difícil dejando nueve hijos en el mundo, dos de los cuales, mellizos, acaba-

(50) Ojo Guareña 1959

ban de nacer. La casa en que moraban era inhabitable y el único 'lujo' de la misma eran dos sillas tan solo. No tenían sábanas, ni colchones, ni vasos, ni platos, ni nada de lo que pudiéramos decir que es imprescindible, aún dentro de los límites de una modestísima familia. El día que yo fui a visitarles tenían por todo alimento un puchero de agua con setas. Una de las hijas, la mayor, de 17 años, estaba sirviendo en Burgos por lo que tuvo que desplazarse a Monasterio de Rodilla para hacerse cargo del hogar. En fin, una verdadera desgracia..."

En las antípodas de *La voz del corazón* estaba el programa *Información financiera*, realizado por Pedro Pérez Elena. El creciente interés por la economía en el desarrollo y bienestar de la nación y la redirección del dinero de las Cajas de Ahorro a la Bolsa en busca de una mayor rentabilidad y de una revalorización del capital depreciado en el periodo inflacionista, caracterizaban el momento económico. El programa hacía un repaso de la actualidad bursátil semanal para facilitar las inversiones a los oyentes de una provincia, la burgalesa "que no es rica y en la que el ahorro de los labradores no se ha decidido todavía a entrar en el terreno de la Bolsa", que, sin embargo tenía aceptación en la capital. "El incremento de accionistas en Burgos, decía Pedro Pérez Elena en *Ondas Populares*, fue grande entre los años 1950 a 1957 debido primordialmente a la fuerte subida de la Bolsa siendo este el principal aliciente para los inversores, pese a que en los tres últimos años, con una Bolsa en baja y pérdidas importantes para los que compraron precipitadamente, se ha observado una notable disminución de las inversiones".

Además de los realizadores, locutores y redactores de Radio Popular se asomaron a las páginas de la revista. Pilar Gasset, María del Carmen Olea, Ignacio Calleja, María Pilar San Martín, José Luis Azores y María del Carmen Blanco, desgranaron a través de sus respuestas no solo su faceta profesional, sino también su lado más humano. La primera confesaba que su defecto principal era lo mucho que le costaba contener la risa ante el micrófono; María del Carmen Olea, "Manena", redactora del programa diario *Pequeño mundo del hogar*, declaraba que a los oyentes "les chifla la cocina y tienen debilidad por los quitamanchas"; María Pilar San Martín consideraba la radio como "un trabajo femenino y simpático"; Ignacio Calleja, "Cuto", decía que un locutor debía tener "la consiguiente cultura, voz agradable, lo que se dice voz radiofónica, además de dicción perfecta, dominio de sí mismo y hasta cierto sentido del humor..."

debe ser natural y espontáneo”; Y José Luis Azores confesó que presentaba a disgusto algunos discos de ópera “aunque procure disimularlo en atención a los oyentes”, y que deseaba entrevistar a Fidel Castro o a Soraya.

Cierran el capítulo de entrevistas las realizadas al crítico taurino y los corresponsales de Radio Popular de Burgos en Bilbao y Madrid, aquel Jesús Sotos, y estos Julián Rodrigo Maeso y Jesús Irazábal.

Jesús Sotos, redactor de *La Voz de Castilla* y *Radio Popular de Burgos*, corresponsal de *ABC* y *El Ruedo*, colaborador de *Mundo Gráfico*, y los diarios *Informaciones*, *Pueblo y Arriba*, y discípulo de César González Ruano, de quien era rendido admirador, se declaraba vitalmente vinculado al periodismo, “a las cuartillas, a la ‘Parker’ y al olor de tinta de imprenta”, sin los cuales, reconocía, “se moriría un poco”. Soto opinaba en la entrevista que la Fiesta Nacional atravesaba un buen momento, que las corridas radiadas carecían de interés porque el arte no puede ser explicado, y que el diestro burgalés Rafael Pedrosa atravesaba un buen momento aunque veía su futuro “un tanto oscuro o nada claro... ya que es un torero que no llega a la masa, no es revolucionario y como la generalidad de la masa no es entendida, prefiere las ‘genialidades’ de Chamaco”.

Por su parte Julián Rodrigo Maeso, Julián de Burgos o Julián de Sollube, muy popular en Burgos, era, amén de maestro nacional, crítico deportivo de *La Gaceta del Norte* y corresponsal de la emisora en Bilbao, ciudad en la que estaban censados más de cien mil burgaleses, “la mitad en ‘el Bocho’ y a otra mitad entre Baracaldo –el ‘pueblo’ más grande de Burgos–, Sestao, Portugalete, Santurce y Las Arenas”. Especialista en ciclismo, opinaba que el local Talamillo podía ser una auténtica figura nacional “si se lo propone, cuidándose, y dedicándose a la pista y a la carretera”. Y Jesús Irazábal, corresponsal en Madrid, donde residían treinta mil burgaleses, mil de los cuales eran socios de la Mesa de Burgos, recordaba sus comienzos radiofónicos en “Crismón”, que consideraba germen de Radio Popular: “Luchábamos con una gran escasez de medios y cada emisión realizada suponía una batalla ganada nadie sabe a costa de cuanta entrega y sacrificio”.

3. El cine

Bajo el genérico título *La vida, espectáculo...*, *Ondas Populares* acogió en sus páginas una completa y variada información cinema-

tográfica, de una parte, en noticias breves, agrupadas en una sección llamada *Cortometrajes*, y de otra en la sección *Diálogos sobre el cine*, firmada por Joaquín Luis Ortega, sacerdote, periodista y director de Radio Popular de Burgos y de su programa *Silencio, cámara, acción*.

En sus columnas, Ortega abordaba diversas cuestiones relacionadas con el séptimo arte, que definió en la primera de sus colaboraciones de la siguiente manera: “El cine es algo extrañamente importante”. Pretendía con ellas iluminar la oscuridad de la sala de cine, en la búsqueda de una toma de postura acorde con la doctrina de la Iglesia, en el convencimiento de que el espectador debería exigir calidad frente a la producción decadente y aburrida. “El cine –decía– es además de otras muchas cosas, un enorme esfuerzo de acercamiento, de comprensión humana... cauce frecuente y generoso de ideas trascendentes... es, al fin y al cabo, la vida misma”.

El papel de actores y directores, la selección de las películas por parte del espectador, el cine religioso –calificado de “detestable” argumentando que “ni la religión es truculencia, fragor o límite, ni tampoco es una historieta de monjitas ingenuas”–, las didácticas proyecciones de la Semana de Cine Documental que tuvo lugar en Burgos en 1960, la explotación del espectador al que la crítica da gato por liebre, la sincera crítica de películas de la programación cinematográfica de Radio Popular o la grandiosidad de la obra de Charlot por la “profundidad de sus temas y la fuerza soberana de su inspiración, que le valdrá la eternidad artística”, fueron los temas abordados por Joaquín Luis Ortega en su espacio mensual. Solo uno de los *Diálogos sobre el cine*, inserto en el número 16-17 de la revista, correspondiente a febrero de 1961, llevó firma distinta, la de Pedro Yáñez, que elucubró sobre si era mejor el blanco y negro o el color, que consideraba “más racional, aunque ello no quiere decir que sea más estético ni que tenga un mayor valor desde el punto de vista del poder de la sugerencia”.

La otra sección cinematográfica por excelencia de la revista, *Cortometrajes*, estaba suscrita en ocasiones por el citado Pedro Yáñez, aunque la mayoría de las ocasiones se publicó sin firma. En ella tuvieron cabida noticias del cine nacional e internacional, curiosidades, citas cinematográficas, obituarios de actores, avances en el sector de la filmografía o didácticas ráfagas sobre la historia del cine, como la siguiente:

“El cine comenzó a tener noticia de su existencia hacia 1895. Tras varias aportaciones de Plateau y Edison, creadores del ‘Fenakistiscopio’ y del ‘Kinetoscopio’ respectivamente, la novedad más importante del incipiente arte corresponde a Luis Lumière –inventor del aparato cinematográfico– muerto en la miseria en 1948. Más tarde otro francés, Jorge Melies, hizo diversas aportaciones al mundo del celuloide verificando más de quinientas películas de quince minutos, entre la que es famosa su ‘Viaje a la luna’ de 1902. La perfección del séptimo arte se debe al americano Griffith, a los franceses Zaca, Cohl, Paté y otros artistas como Max Linder, Charles Chaplin etc.” (51).

Como hemos indicado, Joaquín Luis Ortega dirigía un programa cinematográfico en Radio Popular, *Silencio, cámara, acción*, que se emitía los viernes a las once de la noche, realizado por el burgalés Antonio María Giménez (52) Rico y el grupo SIPE. *Ondas Populares* se hizo eco del mismo en un reportaje inserto en el número 6-7, de marzo de 1960, en el que daba cuenta de su pretensión, “orientar y ayudar a los espectadores cinematográficos que, de ordinario, carecen de los elementos de juicio suficientes para apreciar las calidades o defectos de una película”

El programa presumía de la objetividad de sus críticas de cine, si bien se le achacaba que eran “demasiado duras y despiadadas”, y tenía la previsión de crear un Radio-Cine-Club para enjuiciar las cintas de mayor repercusión o importancia que se proyectaran en las pantallas de la ciudad. La audición se dividía en secciones –*El cine como asignatura, Oír, ver y contar, Crítica de estrenos y El hombre, factor decisivo*– y un suplemento musical, *Banda sonora*. También la sintonía del programa era cinematográfica: *Pulcinella*, de la película *Almas sin conciencia*, de Federico Fellini.

IV. BREVE APUNTE SOBRE LA PUBLICIDAD EN ONDAS POPULARES

La publicidad nace con el comercio y con él alcanza su desarrollo en los variados soportes que conocemos, desde el pregonero, que de viva voz proclama las excelencias de productos o servicios a la más moderna forma de expresión de los mismos.

(51) N° 2, noviembre 1959.

(52) Jiménez-Rico en la revista.

El periódico fue uno de los primeros instrumentos a través de los cuales la publicidad llegó al potencial público comprador o usuario de productos. Desde 1631, año en que apareció el primer diario oficial de la mano de Renaudot (53), que consideraba la prensa como “excelente soporte de publicidad”, pasando por el *Public Adviser* (54), y el *Daily Courant* (55), todos los periódicos han sido vehículo de aquella, que a partir de 1836 se viene considerando fuente necesaria de ingresos para su abaratamiento y pervivencia.

Ondas Populares empezó su andadura en 1959, comienzo del capitalismo de consumo que sustituyó al de producción propio de los años de la postguerra española. Se impuso la compra de bienes duraderos, especialmente de electrodomésticos en los núcleos urbanos, que renovaron el equipamiento de los hogares a medida que se fue incrementando la renta per cápita de los españoles y con ella el poder adquisitivo de las familias y, sobre todo, a medida que la televisión fue abriéndose camino y revelándose como un instrumento insustituible de información y ocio familiar.

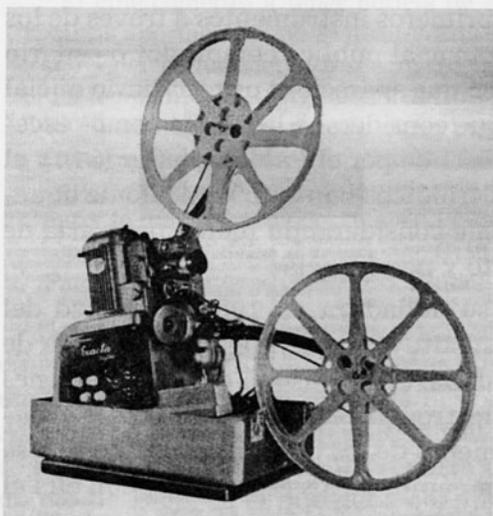
Pese a su especificidad y limitado objetivo, la revista no fue ajena al fenómeno de la inserción de anuncios publicitarios. Así ya en el primer número apareció el primero, de Radio Popular de Burgos, que se ofrecía como vía de publicidad a industriales y comerciantes (56). Se trataba de una publicidad que pudiéramos denominar ‘de la casa’, orientada a la contratación de anuncios para la emisora. No se hacía mención alguna en este número a la inserción de mensajes publicitarios en la propia revista, pero sí en el siguiente, en el que vieron la luz dos, uno, que daba cuenta de que los anuncios de la revista eran exclusiva de *Publicidad Castilla*, y otro, el primero comercial, a toda página, de *Música y Deportes*, que publicitaba un proyector sonoro *Ampro Exacta*, de 16 mm. y 40 W, cuyo precio oscilaba entre las 23.500 y las 39.000 pesetas. La misma firma se anunció en el número 3, ofreciendo en esta ocasión un *armonium* eléctrico portátil “especialmente diseñado para cubrir las necesidades

(53) Téophraste Renaudot, fue el editor de *La Gazette* de París.

(54) El 26 de mayo de 1657 se publicó en Inglaterra el *Public Adviser*.

(55) 1702.

(56) Mediante el siguiente texto incluido en la página 2: “¡Industriales, comerciantes! Solicitad en Radio Popular de Burgos un ejemplar de las tarifas de publicidad de nuestra emisora. Nuestros anuncios son los más eficaces”.



Proyector sonoro anunciado en la revista

de las iglesias rurales y capillas, e indispensable en las casas de todo buen aficionado a la música”, pagadero al contado al precio de 4.650 pesetas, incluida maleta, o en plazos de 400 pesetas mensuales. Posteriormente, un nuevo anuncio esta vez de un proyector de diapositivas y filminas, *Camerafix*, dirigido a “párrocos, aficionados, colegios y conferenciantes” vería la luz en *Ondas Populares*. Su precio, 2.175 pesetas, con advertencia de precio especial “para señores párrocos”.

Pero estos prometedores inicios, que sin duda repercutieron en el abaratamiento de los costes de edición, no tuvieron continuidad hasta el ejemplar número 8, que albergó dos mensajes publicitarios del establecimiento *César*; uno del televisor americano *Admiral*, y el otro genérico, de los servicios de la firma, con el siguiente eslogan: “Lo mejor en radio y televisión” (57).

(57) Este mismo establecimiento repitió la inserción de su publicidad en los siguientes números –“¿Su televisor? Un Marconi. ¡No puede ser otro!”; “Televisores Kyodo, la técnica japonesa al servicio de los españoles”; “La antena de Burgos y de España “Coronada” TV...etc. Los términos en los que se publicitaba el citado televisor Kyodo, que aparecía dibujado por J. Bella, junto a una japonesa con kimono y sombrilla, asimismo dibujada, son rotundos: “La última y definitiva conquista de la técnica japonesa”; “El receptor de Tv. que pondrá ante su vista el mundo entero”; “El máximo recreo para su espíritu en la íntima comodidad del hogar”. El anuncio finalizaba con una advertencia bajo el título “Nota importante”: “Se advierte al público que ante la gran demanda de este modelo de televisor es necesario solicitarlo con tiempo suficiente de antelación”.

También acogieron las páginas de la revista un anuncio a toda página sobre la Bienal de la Fotografía y del Cinema, concurso fotográfico y cinematográfico, éste en las modalidades de cine mudo y sonoro, y aquel en las de blanco y negro, color y diapositivas (58).

Esta fue toda la publicidad inserta en *Ondas Populares*, vinculada al sector de la comunicación, radio y televisión, especialmente, y al colindante de los proyectores sonoros y de filminas y diapositivas. Únicamente el anuncio del *armonium* desentonaba de la línea general, aunque se vinculaba a la comunicación comercial dirigida no solo al público general, sino muy particularmente a la Iglesia, patrocinadora de Radio Popular de Burgos y, por ende, de la revista que surgió a su amparo, a la que se dirigía de forma directa y sin ambages: El *armonium* estaba “especialmente diseñado para cubrir las necesidades de las iglesias rurales y capillas...”; Y el proyector de diapositivas y filminas se dirigía a “párrocos, aficionados, colegios y conferenciantes” con el aliciente de un precio especial “para señores párrocos”. Ignoramos si estos sugerentes descuentos propiciaron la consecución de una de las finalidades primordiales de la publicidad, que no es sino la venta del producto publicitado.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- AIZAMA, URBEZ y EQUIPO RESEÑA. *Doce años de cultura española* (1976-1987) Ed. Encuentro. 1989.
- Anuario de la Prensa Española: 1961.*
- Anuario de la Prensa Española 1962.*
- Carta Encíclica *Miranda Prorsus* sobre el cine, la radio y la televisión. 8/09/1957.
- DE MIÑANO Y BEDOYA, S. *Diccionario geográfico-estadístico de España y Portugal*. Tomo VIII. Madrid 1927.
- GARCÍA JIMÉNEZ, J. *Luz en las antenas: La empresa radiofónica*. Ed. Euramérica. Madrid, 1955.
- La Voz de Castilla*. 2 de agosto de 1959.

(58) Los premios eran diversos: Viajes a la Photokina de Colonia (Alemania), premios en cuantías de 3.000 a 1.000 ptas., o trofeos, Cid de oro, Tizonas de plata o cofres del Cid. Vid. n.º 4, pág 6.

- MARTÍNEZ DÍEZ, G.: *El Camino de Santiago en la Provincia de Burgos*. Excmo. Diputación Provincial de Burgos, 1998.
- Ondas Populares*. Burgos, octubre de 1959 – enero-marzo de 1963.
- SÁNCHEZ HERRERO, J.: *Historia de la Iglesia en España e Hispanoamérica desde sus inicios hasta el s. XXI*. Ed. Sílex. Madrid, 2008.