

Diez años sin XELA

La muerte de la célebre estación de radio no significó tan solo la desaparición de una radiodifusora imprescindible, sino que simboliza las bodas del lucro y la indiferencia dentro de la cultura del desinterés masivo.

La “Buena música desde la ciudad de México” se escuchó 61 años, hasta diciembre de 2001, para que en su frecuencia (830 kHz) empezara a transmitir Estadio w 830, dedicada al fútbol a tiempo completo. Estaba por celebrarse el Mundial en Corea del Sur y Japón, del 31 de mayo al 30 de junio 2002. Después del torneo, la estación se transformó en Radio Capital (“La sintonía del amor”).

Hubo protestas de los radioescuchas. Se formó un Comité Nacional de Rescate de la XELA que reunió más de cinco mil firmas, y se pidió al presidente Vicente Fox, a su secretario de Gobernación Santiago Creel, al subsecretario José Luis Durán y a la directora del Instituto Mexicano de la Radio, Dolores Béistegui, que la XELA continuara en alguna de las frecuencias disponibles del IMER (varias de las cuales perdían dinero con programación comercial, según la información que obtuvo del IFAI Patricia Souza). Pero no tuvieron visión de estadistas. Les pasó de noche la oportunidad de restaurar un buen servicio público (y legitimarse) a un costo muy bajo. Más sentido cívico tuvieron los últimos dueños del acervo remanente de 16,440 discos: los entregaron a la Fonoteca Nacional.

Algunos empresarios aficionados a la buena música tuvieron ese espíritu en 1940, cuando entregaron sus propios discos para fundar la XELA (Radio Metropolitana, S. A.) en un local del Paseo de la Reforma, frente a la glorieta Colón. Había un coordinador de la programación

(Ernesto Finke, holandés entusiasta que aceptó un sueldo bajo) y dos estudiantes que le ayudaban (Teodoro González de León y José Harfuch). Transmitían con pocos anunciantes. El más notable fue la Cervecería Modelo que patrocinó diariamente *La hora sinfónica Corona* hasta el día en que cerró la estación.

Según declaraciones recogidas por *Reforma* (“Cancelan emisora por poco rentable”, 30 de enero de 2002), la XELA cerró porque costaba cien mil dólares mensuales. Pero, según dos conocedores consultados entonces (Ramiro Garza y Clemente Serna Alvear), los gastos de una estación como la XELA difícilmente rebasaban los treinta mil

dólares mensuales, aunque seguramente no los recuperaban por falta de anunciantes. Es de suponerse que la declaración se refería más bien al costo de perder la oportunidad de alquilar la estación por una cantidad irresistible, aunque fuera transitoria: cien mil dólares mensuales.

Es como tener una librería en una buena esquina comercial, con un contrato de arrendamiento a largo plazo y una renta bajísima. Pasan los años, la librería saca los gastos, porque son bajos, pero no es un gran negocio; y, si las ventas

se desploman, resulta preferible subarrendar el local o traspasarlo a un negocio más lucrativo.

Cabe discutir de quién debe ser este negocio: si del inquilino que traspasa o del propietario del local (la sociedad, en el caso de las frecuencias). Pero la cuestión de



Foto: Archivo XELA



Foto: Enrique G de la G

➤ **El acervo de la XELA en la Fonoteca Nacional.**

fondo es otra: aunque el beneficio del traspaso fuese para la sociedad, ¿se justifica abandonar un uso noble del espacio por otro más lucrativo?

La pequeñez analítica que domina las facultades de economía y administración dice que sí. Pero una ciudad se degrada si vende sus jardines públicos para construir

algo más lucrativo, aunque el lucro se reparta entre todos sus habitantes. Finalmente, la asfixia de no tener jardines públicos es un mal negocio, que se refleja hasta en el mercado inmobiliario: las propiedades en un contexto noble valen más que en un contexto chafa.

De igual manera, la ciudad se degrada si pierde sus librerías y estaciones de buena música, en favor de actividades más lucrativas. Y hasta las ciencias económicas y administrativas se degradan si ignoran lo que siempre han sabido los mejores empresarios, economistas y estadistas: que el verdadero negocio de la sociedad no es ganar más, sino vivir mejor.

Lo deseable es que el mercado sepa apreciar ese negocio. Pero, si falla: si no premia con utilidades el magnífico servicio que una estación comercial como la XELA dio a la sociedad durante tantos años (sin cargo al presupuesto federal, y hasta pagando impuestos), la sociedad no debe perderlo de vista. No hay que permitir que desaparezcan los servicios públicos independientes que, por el hecho de ser independientes, no son vistos como servicios públicos. —

Liderazgo Anáhuac
Liderazgo en Acción Positiva

Maestría y Doctorado en Humanidades

Fecha de inicio:
9 de enero de 2012

Horario:
Vespertino

20% descuento

Informes e inscripciones:
Centro de Atención de
Posgrado y Extensión
Tel: (55) 5627.0210 exts.
7100 y 7190
posgrado@anahuac.mx

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública por Decreto Presidencial publicado en el D.O.F. el 26 de noviembre de 1982

Facultad de Humanidades

www.anahuac.mx

UNIVERSIDAD ANÁHUAC
UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
MÉXICO

UNIVERSIDAD ANÁHUAC