

Alejandro Montaña:

"El IMER no puede seguir en la prehistoria"

CIRO GÓMEZ LEYVA*

¿Alguien escucha las estaciones del Instituto Mexicano de la Radio (IMER)?, se le pregunta con insistencia a su director, Alejandro Montaña, el hombre que semanas atrás ganara fama como una suerte de ogro que tritura programas infantiles.

Pero Montaña es inasequible. Acepta que los ratings son de una pobreza sólo comparable a la desmedrada infraestructura técnica del Instituto. Entonces, como un boxeador lleno de mañas, contrataca: "Por eso estoy convencido de que si no llevamos adelante esos cambios, aunque levanten polvo, jamás vamos a modernizar nuestros esquemas".

Defiende al IMER con obsesión: cree todavía que está a tiempo para hacer algo y poder competir en el cuadrante. Defiende también la *Hora Nacional*. Cuestiona a sus críticos. Descarta la posibilidad de que el IMER se privatice a corto plazo. Es un estilista: sabe provocar y eludir.

Por eso, quizá, los calificativos sobre su trabajo van del "hombre que devolvió la dignidad a Radio Educación", al "burócrata insensible y despótico, capaz de despedir a cualquiera y luego decir a la prensa que una estación infantil no se justifica".

Radio Rin no desaparece... se replantea

-Se le va a recordar como a un duro, como al director que canceló la estación de los niños...

-No dijimos que Radio Rin desaparecería, ni que se cancelaba, sino que íbamos a replantear una estrategia.

-Por el rating tan pobre...

-Tampoco dijimos que íbamos a hacerlo sólo en función de los ratings. Las razones para replantear Radio Rin fueron varias. La principal de ellas es que, después de ocho años, no había logrado penetrar el universo infantil.

-¿En qué se basa para afirmarlo?

-Están los índices de INRA, que es el mediómetro más autorizado para checar los niveles de audiencia. Radio Rin arrojaba un pobre .02 de rating. Además, encargamos varios estudios; cuatro en total. Estos estudios arrojaron otros datos muy importantes. Por ejemplo, el niño no tiene hábitos radiofónicos. Tiene infinitamente mayor proclividad por los medios audiovisuales. Por eso, dedicar 24 horas diarias al niño es una política absolutamente equivocada.

-Se podría pensar que los resultados de esos estudios estuvieron hechos a la medida...

-No, se los encargamos a una empresa de gran seriedad.

-¿Qué empresa?

-Quisiéramos mantener su nombre en secreto. Incluso es petición de ellos.

-A estas alturas debe estar harto de hablar de Radio Rin...

-No. Es más, quiero decir que el niño es muy importante en nuestra sociedad; 40 por ciento de la población son niños. Y quiero aclarar que vamos a canalizar mayores recursos e involucrar, de alguna forma, a todo el aparato IMER en función de los niños. Radio Rin les dedicaba 60 horas semanales. Con la actual estrategia serán 203 horas.

-De acuerdo con los datos de INRA, en septiembre pasado sólo una estación del IMER figuró entre las 52 de mayor rating en el valle de México: XHOFM, Estéreo Joven, en el lugar 20. No aparecen Opus 94, ni Radio Rin ni XEB. ¿Hay alguien que escuche las frecuencias del IMER?

-¡Se da cuenta! Está usted poniendo el dedo en la llaga. Nos guste o no, el indicador más confiable para medir auditorios es el de INRA. Esa fue la razón que nos llevó a hacer un replanteamiento, no sólo de Radio Rin, sino de todo el IMER.

-Pero nadie escucha las estaciones del IMER...

-No lo diría así. Los ratings que usted acaba de mencionar yo los dí a conocer en la conferencia de prensa de Radio Rin, en octubre. Las estaciones tienen muchos problemas técnicos y de infraestructura. Ahora, si no estamos llegando a los auditorios como deberíamos, algo está funcionando mal. Hay que revisarlo críticamente.

-¿Tiene sentido hacerlo? ¿No le parece que la brecha entre ustedes y las estaciones comerciales de mayor éxito es insalvable?

-Creo que tiene sentido. Estos estudios que hemos hecho nos ayudan no sólo a conocer nuestro rating, sino a conocer mejor al auditorio al que llegamos. Con base en ello vamos a armar una programación que responda a esas necesidades. Así lograríamos convertir a las estaciones en eficaces articuladoras entre

la sociedad y el Estado, tarea por antonomasia de los medios de comunicación del Estado.

"No podemos seguir en la prehistoria"

-Su respuesta es muy ética, digna de todo respeto. Pero, ¿por qué creer que están a tiempo de hacer algo si el IMER nunca ha podido presumir un programa exitoso, uno solo; un espacio informativo memorable, una campaña que repitiera la ciudadanía, una estrategia que redefiniera consensos? Y los ocho años de edad del IMER coinciden con los de una verdadera revolución radiofónica, cuando menos en el cuadrante capitalino...

-Estamos a tiempo de hacer algo, ahora más que nunca. Se vive un *boom* de la radio en México. Por eso debemos ajustar nuestras estaciones a las nuevas características, a las necesidades del auditorio. De no hacerlo, se estaría traicionando a una sociedad que demanda servicios radiofónicos. Por eso estoy convencido de que si no llevamos adelante estos cambios, aunque levanten polvo, jamás vamos a modernizar nuestros esquemas. No podemos seguir en la prehistoria.

-¿Necesita el gobierno un instituto que opera 19 estaciones? Ante una necesidad real, ni el gobierno, ni la sociedad, han recurrido al IMER. Recurren a Radio Red; van con Pedro Ferriz de Con o con Guillermo Ochoa...

-Hoy por hoy, en una administración como la que encabeza el presidente Salinas, hay deseos de comunicación e interacción con la sociedad civil. Por eso viene al caso consolidar una red de comunicación como la del IMER. Modernizarlo, dinamizarlo, no me parece incongruente.

-¿Tiene viabilidad?

-Hay un proyecto y una necesidad. La economía del IMER es sana, trabaja con números negros. ¿Por qué no habría de tenerla?

-Hay una tendencia mundial en la radio contemporánea: concentrar su inversión en producción e innovaciones tecnológicas. ¿Es la lógica del IMER?

-No, desafortunadamente no. Dadas las características actuales de la institución tenemos que poner el énfasis en la infraestructura, en los transmisores, en las plantas. De otra forma no tendríamos una señal adecuada para competir. Destinamos un 70 por ciento de nuestro presupuesto a la infraestructura. Y es que, por hablar del caso de nuestras instalaciones en la colonia Florida, tenemos limitaciones muy serias, indignas. Vamos a construir un nuevo edificio, a renovar la parte técnica y a contar con una planta terrena que nos permitirá prescindir de los enlaces telefónicos, cuyo precio es prohibitivo. Imagínese nada más cuánto cuesta un enlace de la *Hora Nacional*.

-¿Sólo 30 por ciento para producción y gasto corriente?

-De nada nos serviría contratar a los mejores conductores de programas si tenemos una pésima calidad en nuestra señal.

-¿No teme que la brecha con otras estaciones se haga todavía más grande?

-Con la programación que se va a llevar a cabo, con la incorporación de locutores y comentaristas de nombre, presumimos que subirán los ratings para el próximo año.

"Espero tener tiempo"

-Atendiendo a la lógica sexenal, ¿va a tener tiempo para llevar adelante este proyecto? ¿No sucederá lo de siempre: llegará un nuevo director, borrará la huella de Alejandro Montaña y comenzará desde cero?

-Espero tener tiempo. Contando con el apoyo y la sensibilidad de las autoridades, podemos echar adelante el proyecto y tener resultados a corto y mediano plazo.

-¿No será este proyecto revitalizador la premisa para la privatización del IMER?

-Espero que no. Estoy convencido de que se considerará al IMER como absolutamente necesario para cubrir una serie de necesidades del Estado mexicano.

-¿Escucha usted la *Hora Nacional*?

-Soy también un crítico de la *Hora Nacional*.

-¿Alguien se decidirá algún día a levantar su acta de defunción?

-No sé. Nosotros hemos cambiado el formato. La Asociación de Radiodifusores nos ha hecho comentarios que nos han alentado a seguir con esos ajustes. Pero no nos vamos a quedar ahí: queremos hacerla más ágil, que involucre a todos los mexicanos.

-¿Qué se siente ser el sujeto de los periodicosos? Desde su gestión en Radio Educación hasta la fecha debe tener un grueso expediente de críticas en su contra.

-En Radio Educación me cuestionó un grupo muy conocido de gente, y los problemas no se dieron por razones de censura, inflexibilidad ni intolerancia. Es muy triste que se personalicen los debates, que se impongan las visceras. Si replantear una estrategia de radio infantil es autoritarismo, es rudeza, ¡caray!

* Servicio especial de Periodistas Asociados Latinoamericanos (PAL)

IMER en el fondo del cuadrante

Sólo una de las seis estaciones del IMER "alcanza a marcar" en el índice del International Research Associates (INRA), "el mediómetro más autorizado para checar los niveles de audiencia", según dice el propio director del IMER, Alejandro Montaña.

Lo anterior significa que, salvo Estéreo Joven (cuya ubicación en el rating oscila alrededor del lugar número 20, con un promedio de 1.2 por ciento de captación del auditorio), el resto de las emisoras del Instituto son las menos escuchadas en el Distrito Federal.

Consciente de esa situación, Montaña ha anunciado una estrategia para replantear la programación del IMER. A muy grandes rasgos, estos serán los lineamientos:

-Fortalecer la XEB, respetando su perfil. "Vamos a reencontrar esos matices que la hicieron la B grande de México".

-Reestructurar Estéreo Joven, ya que a pesar de su relativo buen nivel de audiencia, "reconocemos que vamos a la zaga" respecto de estaciones como WFM y Rock 101.

-Respetar, en lo esencial, el perfil de Opus 94, "sólo requiere pequeños ajustes".

-Modernizar la *Hora Nacional*, para que "no sea un espacio solemne".