



LOS LIBROS DE
EL NACIONAL

ESTAMOS EN EL AIRE

18 TEMAS DE LA CÁTEDRA DE RADIO
OSWALDO YEPES



COLECCION

QUIRÓN



EN AIRE



Estamos en el aire

*18 temas de la Cátedra
de Radio Oswaldo Yepes*



CATEDRA DE RADIO
Oswaldo Yepes



LOS LIBROS DE
EL NACIONAL

Estamos en el aire
18 temas de la Cátedra de Radio Oswaldo Yepes
2002

✕

Isbn 980-388-040-3
Colección Ares N° 43

✕

Diseño de colección y portada: Analiese Ibarra

Arte final: Ediplus producción C.A.

Fotolito de portada: Orión

Impresión: Publicidad Gráfica León

✕

Editorial CEC.SA



libros@el-nacional.com

<http://www.el-nacional.com>

Apartado Postal 209, Caracas 1010-A
Venezuela

A Carmen Romero, quien colaboró como coordinadora de la Cátedra de Radio, y a Lidia Rebrij, encargada de la selección y redacción original de las charlas.

Además, un agradecimiento especial a todos los panelistas quienes con tanto cariño han prestigiado con su presencia los diferentes ciclos de esta cátedra.

Oswaldo Yepes

PRÓLOGO

¿QUÉ DIJO LA RADIO?

En 1926 nace en Venezuela AYRE, una emisora gomera y comienza la radio en Venezuela. El doctor Arturo Uslar Pietri dijo en una oportunidad que en aquel entonces eran "los conciertos de serrucho" las intervenciones musicales que despertaban la mayor atención de los caraqueños.

Muy pocos pensaban que aquella "caja que habla" se convertiría en el instrumento de transformación política, económica y social más formidable que había conocido el país. Mariano Picón Salas afirmaba que "Venezuela se incorporó al Siglo XX a la muerte del General Juan Vicente Gómez", pero humildemente difiero de ese momento de la cultura nacional y creo que el Siglo XX para nosotros llega con la radio aunque fue después de la muerte de Gómez cuando comenzamos a disfrutarlo plenamente.

El diez de diciembre de 1930 apareció en la primera página de *El Heraldo* de Caracas una nota que consolidó el matrimonio de pueblo y radio para siempre. La noticia decía textualmente "El Heraldo por radio, la estación 1BC de la Broadcasting Caracas perifoneará mañana en primer programa, el cual esperan con verdadera ansiedad nuestros aficionados a la radio. Dicha estación, a manera de ensayos, ha prestado ya importantes servicios, los cuales demuestran la eficiencia de su instalación y la competencia de su Director Edgar J. Anzola".

"La Broadcasting Caracas ha celebrado con nuestro diario un convenio para perifonear las noticias de El Heraldo, cuyas informaciones obtendrán de este modo una difusión mucho más amplia en todo el territorio de la República".

Desde entonces comenzó una nueva era en Venezuela.

¿Qué dijo la radio? fue la frase que se popularizó en todo el país. La noticia radiodifundida se convirtió en el pan de cada día y nadie discutía la veracidad de lo que decía la radio. Desde 1930, la palabra de la radio era sagrada en Venezuela.

La palabra de la radio estremeció a Venezuela cuando la noche del 17 de diciembre de 1935, una estación norteamericana muy famosa que se escuchaba en Caracas: la W2KAF Schenectady, 31, 48 metros 3530 kilociclos y cuya programación aparecía todos los días en el diario *La Esfera* y a eso de las once y cuarenta y cinco de aquel martes 17 de diciembre de 1935 estaba transmitiendo un concierto de la orquesta de Leonard Keller, con una canción de moda aquel año, "Beguin the Beguine", de Cole Porter. Bing Crosby estaba cantando el "Beguin" cuando de pronto dieron la noticia: el General Juan Vicente Gómez, Presidente de Venezuela había muerto en la ciudad de Maracay.

¿Qué dijo la radio? Preguntaba la gente en voz baja. Aquella frase cambió al país y ha estado presente siempre en los momentos estelares venezolanos desde la segunda mitad del Siglo XX hasta hoy.

¿Qué dijo la radio? estremeció al país el 18 de octubre de 1945, cuando fue derrocado el Presidente Medina y la misma pregunta volvió a sacudir a Venezuela al ser destronado Rómulo Gallegos el 24 de noviembre de 1950. Ocho años más tarde repitió la misma pregunta toda Venezuela cuando el General Marcos Pérez Jiménez se fue el 23 de enero.

¿Qué dijo la radio? Se convirtió en escuela de formación cívica cuando la Constituyente de 1947. Todos los debates eran transmitidos por radio y la nueva generación se hizo sentir.

Un gran analista político, Rodolfo José Cárdenas, recuerda en su libro *Copei en la Constituyente* lo siguiente: "La Constituyente de 1947 se convirtió en algo más todavía: fue el foro de las ideas venezolanas que hasta entonces habían estado aprisionadas, en manifiestos y cenáculos, ya que en los mítines y asambleas populares, las ideas están siempre reducidas y superadas por las emociones y las pasiones. La Constituyente fue el ágora nacional donde se ventilaron las inquietudes espirituales, materiales, morales, políticas, culturales, sociales, económicas y de todo orden, con la participación de *la mayor audiencia nacional jamás reunida, dado que todo el país se convirtió en oyente mediante la radiodifusión de las sesiones*".

Esta libro es un testimonio excepcional de la vida venezolana, con defectos y virtudes. Oswaldo Yepes y su cátedra de radio siguen cumpliendo con el objetivo cultural bien claro que se han trazado. Son seis años de trabajo silencioso de Oswaldo y su gente. Es así como se gana la historia y no con la falsa publicidad que pretende algunas veces convertir la ficción en realidad. La historia de Cecilia Martínez, en el primer capítulo, es por ejemplo una de las cosas más hermosas que he leído. El encuentro con Carlos Gardel forma parte de una gran narración, especialmente cuando "el morocho del abasto" le dice a Cecilia: "Si yo fuera su marido, jamás la hubiera dejado bailar conmigo..."

Así son las cosas.

Oscar Yanes

PARTE I
Protagonistas de ayer y de hoy

CECILIA MARTÍNEZ

La muchacha de la película



Cecilia Martínez es una de las primeras mujeres que trabajó, hace ya 75 años, en Ayre, la primera estación de radio en Venezuela, y fue una de las pioneras de la radiodifusión entre 1930 y el 1935, en la Broadcasting Caracas. Fue cantante y actriz, protagonista también de la primera radionovela, El misterio de los ojos escarlata, dirigida por Alfredo Cortina, junto a Edgar Anzola y a Luis Alfonso Larrain.

Cecilia se ha mantenido vigente porque es una mujer de gran espíritu, que incursionó no sólo en la radio sino también en la televisión, en programas de concursos como Monte su caucho, donde se hizo mucho más famosa de lo que ya era. Todo el mundo recuerda cuando el profesor Negrón, que era el animador, le decía: "Cecilia, ¿cuánto tiene el pote?", refiriéndose al acumulado, y cómo le hacían bromas por eso. Junto a César Pinto hizo en cadena nacional un programa radial llamado Nuestra tierra, orientado al campesinado, para la siembra, el cultivo y la ganadería.

Entre muchas otras cosas, Cecilia trabajó en Toda una mujer y ha sido también profesora de la Cátedra de Radio desde sus inicios. Es una gran colaboradora del Museo de la Radio y miembro de "El Salón de la Fama". Como actriz y locutora tiene una trayectoria de aproximadamente setenta años en la locución.

Para los que no me conozcan, me llamo Cecilia Martínez. Estuve en la radio desde 1931 y durante treinta años seguidos en la televisión. Nací el 24 de noviembre de 1913 y empecé muy joven

en la radio. Yo sé que la gente se pregunta cómo en aquella época una muchacha huérfana de madre con un papá tan estricto como el mío, pudo llegar a trabajar en el medio radial. Mi padre se llamaba Alberto Martínez Reverón, era primo hermano del pintor Armando Reverón y de Leoncio Martínez, el dueño del estupendo periódico *Fantoches*, y quizás el mejor crítico y caricaturista que haya tenido este país. Vivía preso porque era enemigo de la dictadura de Juan Vicente Gómez, tanto, que cuando le preguntaban "¿Profesión?", él respondía: "Preso político". Y efectivamente, eso era él, un constante y eterno preso político. Pero volviendo a mi padre, él nos cuidaba mucho a mi hermana y a mí, nos complacía en todo, pero era muy estricto; por eso las probabilidades de trabajar en la radio eran casi inexistentes.

La radio, en la época en la que yo estuve, era una gran familia, mejor dicho, una familia pequeña. En aquel entonces en Venezuela había muy poca comunicación con el exterior, casi ninguna, y con el interior ni se diga. Los Andes y Caracas eran dos países distintos; Maracaibo y Caracas, también. Cuando uno quería ir a Maracaibo, por ejemplo, había que sacar pasaporte, se tomaba un barco en La Guaira que iba hasta Curazao, y como esos barcos eran generalmente cargueros, no sabíamos si se quedaba uno o dos días en Curazao, y recién entonces se iba a Maracaibo. Para ir a Ciudad Bolívar, teníamos que sacar pasaporte inglés, porque había que ir antes a Trinidad. Si caían dos gotas de lluvia, todo se llenaba de agua, se expandía hasta los llanos y generalmente había accidentes sumamente graves en la quebrada de Carora. Eso era Venezuela. Caracas era un ente totalmente aparte del interior del país y la comunicación con el exterior también era casi nula. Naturalmente, cuando el radio -como le decían- llegó a Venezuela, resultó ser una cosa "fantasmagórica", mientras que en Nueva York, en cambio, era algo atractivísimo, la gente daba cualquier cosa por tener un radio.

En 1931 se inauguró en Caracas la emisora Ayre, que duró escasamente año y medio. Por los lados del Nuevo Circo se levantaron unas torres negras y la gente entonces empezó a especular: "Esas torres las mandó a poner el general Gómez para todos los que hablábamos, para llevarnos después a la cárcel... No, esas torres son para iluminar el Nuevo Circo, porque cuando hay corridas a las cuatro de la tarde, hay que suspenderlas por falta de luz...".

Pero nada de eso era cierto porque esas torres eran para la emisora Ayre.

Yo considero que la radio es el medio más cálido, el medio que no morirá nunca, porque cuando llegó la televisión, la radio continuó y aún hoy nada la ha podido sustituir. Personalmente le debo a la radio lo que podríamos llamar mi profesión.

A las niñas de aquella época las educaban para el matrimonio, sabíamos cortar, coser, cocinar, lavar platos. Yo entré a la radio de manera totalmente casual. Teníamos un primo hermano, Eduardo Martínez Plaza, quien era un magnífico músico, amigo muy cercano de Edgar Anzola, el gran fundador de la radio de Broadcasting Caracas, que después pasó a ser Radio Caracas. Cuando comenzó Broadcasting Caracas, Eduardo compró un cuarto de hora, o una media hora, para hacer un programa musical, pero no consiguió vendérselo a nadie. La emisora Ayre no era comercial y además, para tener derecho a un aparato receptor, había que pagar una mensualidad. Esa fue una de las razones por las cuales se acabó Ayre, y no sólo porque el general Gómez le tenía miedo a su hijo que era socio de la emisora. Se cuenta que dijo: "Si éste sigue en Ayre, el que se va a quedar en el aire soy yo", y le cortó los pies a la radio y a su hijo, a quien mandó para Europa y nunca más volvió a Venezuela.

Broadcasting Caracas, en cambio, era un canal absolutamente comercial, pero a mi primo le costó muchísimo al principio vender publicidad. Entonces, ¿con qué se sostenía en sus comienzos esta emisora? Con los propios comerciales del Almacén Americano, que era de los Phelps, dueños de la emisora y que también tenían la representación de los automóviles Ford y una cantidad de cosas. Eduardo fue a vender y no vendió nada, se fue al pasaje Ramella, que eran unas tiendas que había de Sociedad a Gradillas, y él decía que había ido a la casa del papá de Amador Bendayán, que era lo que se llamaba un "turco", y éste le dijo: "No, mijito, yo me paro en la puerta y digo 'tira bordada, bonchera, bacinilla', con lo que atraigo a la clientela, por eso no te voy a comprar"... Luego Eduardo fue a la casa de mi padre y le dijo que no había vendido nada, que le prestara a mi hermana Fina, que tenía muy buena voz y que cantaba acompañada por mí al piano -la acompañaba muy mal, pero éramos una parejita muy graciosa, teníamos trece y catorce años-. Mi papá finalmente aceptó. Y nos fuimos

Fina y yo a la emisora, por cierto que somos distintísimas, ella es más bien lógica, sobria y equilibrada, mientras que yo soy todo lo contrario. Le dije a Eduardo: "yo quiero cantar", y él contestó "con esa voz de caña rajada que tú tienes, me destrozas el programa". Me senté en mi sillita, con mis zapaticos, mis medicitas y mi sombrero; hicieron el anuncio con la marcha de la Broadcasting Caracas, Eduardo entró con su tono con la guitarra y Fina tragó... y nada... ni una palabra, entonces yo me paré, la aparté y arranqué con mi primera canción, pero como seguían sin decir nada, arranqué con la segunda, y seguían igual, sin decir nada. Ricardo Espina y Edgar Anzola miraban horrorizados a través del vidrio. A mi tercera canción seguían sin decir nada, ni Eduardo ni mi hermana, nadie habló, aquello era el silencio más absoluto. Cuando salí a la puerta del estudio, Ricardo Espina me preguntó:

-Muchachita, ¿cómo te llamas tú?

-Yo me llamo Cecilia Martínez Mendoza

-¿Tú quieres trabajar en la radio?

-No, mi papá no me deja...

Esa fue la conversación. Resulta que por las noches nos visitaban los amigos de la casa, eso se usaba mucho, no se necesitaba obsequiar nada; si había un tinajero se servía agua fresca, y si había una vitrola, mejor. No es como el compromiso de ahora, que hay que brindar algo a los visitantes. Entonces, tocaron a la puerta en la noche, yo estaba vestidita para recibir, mi papá estaba con un periódico en la antesala, vigilante, yo abrí la puerta y me encontré con Edgar Anzola y a su señora, y a Ricardo Espina con su esposa y su suegra, que era amiga de mi papá de la juventud. Entonces dijeron: "Señor Martínez, venimos a hablar con usted de Cecilia, su hija"... Mi papá inmediatamente me ordenó: "Cecilia, para su cuarto...", yo me largué, pero estiré la oreja y lo último que oí fue a Edgar diciéndole a mi papá: "Señor Martínez, por la Patria, permítalo por la Patria"... Y bueno, por la Patria estoy aquí...

La verdad es que yo desde un principio amé al medio, aunque no siempre haya estado presente. Cuando me preguntan cuál es la razón de mi éxito, yo respondo que no creo haberlo tenido, lo que pasa es que di lo mejor de mí, y creo que la sinceridad y el dar lo mejor de uno, en cualquier cosa que se haga, y sobre todo si es en un medio de comunicación, es lo que realmente asegura el éxito. Mal o bien, el público siente cuando el que está del otro lado del

micrófono o del otro lado de la cámara de televisión es sincero, y se está dando a sí mismo y no está mintiendo...

Nosotras éramos muchachas sencillas, yo me indignaba porque a mi papá le decían: "Señor Martínez, sus hijas son muy bonitas". Me parecía una ofensa, pero así se nos trataba.

En Radio Caracas había una mística extraordinaria, nadie nos enseñó nada, todo lo aprendimos sobre la marcha. Los micrófonos eran como una torta de casabe y nos decían "Hable derecho ahí", y lo hacíamos... En realidad creo que nadie sabía nada, porque, por ejemplo, los sonidos los hacíamos nosotros mismos, los que trabajábamos en las radionovelas; en fin, nosotros hacíamos todo.

Yo fui, digamos, "la muchacha de la película" en la primera radionovela de suspenso que se hizo en Caracas, y más aún, en América Latina. Se llamaba *El misterio de los ojos escarlata* y fue escrita por Alfredo Cortina, una persona extraordinaria que escribía admirablemente bien. Esa novela la hizo junto con Mario García Arocha. Yo creo que debe haber sido algo muy difícil, porque una novela de amor y romance es más sencilla, ésta en cambio era de terror. Yo hacía el papel de la hija de un "piache". Resulta que se habían robado la mitad del plano donde estaba el tesoro de mi tribu, y yo andaba con "el indio Miguel", que era Edgar Anzola, buscando mi cuarta parte del plano, que estaba hecho en piedras. A mí me pasaba de todo: me comían los caimanes, me perseguían los blancos, me perseguían los indios, me metían a la policía, me cortaban la cabeza, de todo me hacían, era todo gravísimo. Pero Alfredo y Mario aprovecharon esa novela para unir a Venezuela, porque en Caracas no sabíamos cómo hablaban los andinos, cuál era la manera de ser del marabino, ni cómo eran los orientales. Ellos, en cambio, como habían sido agentes viajeros conocían las costumbres, la manera de ser en todos los estados venezolanos, y así pudieron mostrar el léxico, la música y la idiosincrasia en general de todos los estados. Además, en Radio Caracas transmitían buenos conciertos, había muy buenos cantantes, muchos llegaban de todas partes del mundo: Libertad Lamarque, Tito Guiza, Pedro Vargas.

Se metía tanto la radio en la mente y en el corazón de los oyentes, que pasaba de todo, como por ejemplo, lo que sucedió con la novela *Santa Teresa*, que naturalmente era presentada por el ron Santa Teresa. Se trataba de una pareja ya mayorcita, con una hija

que se estaba por casar con Luis Alfonso Larrain... Yo era la amiga chismosa que salía a hablar mal de la familia en el vecindario. Cuando la hija se casó, pusieron en el periódico un anuncio que decía: "Esta noche se casa Rebeca con Gerardo", invitando a la gente a que escuchara el capítulo de ese día, y entonces se llenó la oficinita de la radio con los regalos que mandaban: manteles, cubiertos de plata, pescado, de todo...

Otro acontecimiento fue la llegada de Anzola desde Nueva York, de donde trajo un disco pequeñito con el llanto de un niño. Por eso aprovecharon y embarazaron a Rebeca, quien dio a luz un niño que lloraba y lloraba, gracias al disco. Terminaron por engolosinarse y lo dejaban sonar y sonar y sonar... cuando de repente llegaron dos policías enfurecidos, con el rolo en la mano, preguntando quién era el niño al que estábamos torturando...

Con *El misterio de los ojos escarlatas* también sucedió algo muy gracioso.

Alfredo Anzola le comentó a Mario García Arocha (ellos eran vendedores del Almacén Americano, ambos muy talentosos, por eso escribían para la radio, aunque siguieron como vendedores del almacén porque les producía mucho) que Cecilia, la muchacha que les habían recomendado, no daba pie con bola, aquella niña yo creo que le tenía pavor al micrófono, en fin...

-La tenemos que sacar- dijo Mario.

-Chico, pero cómo la sacamos, es una recomendada por Fulano de Tal...

-Mira, pues -le contestó Alfredo-, vamos a hacer una cosa, vamos a matarla.

-¿Cómo la vamos a matar si no tenemos oportunidad?

-¿Cómo que no tenemos oportunidad? Alida tiene que ir al pozo de los caimanes mañana, ahí la acompañamos y le echamos un resbalón y se la comen los caimanes...

Cuando ellos estaban en eso, preparando la escena del asesinato, entraron unos policías de la Jefatura que quedaba de San Francisco a la Plaza Bolívar, y les dijeron:

-Van presos, señores.

-¿Cómo que vamos presos?

-Porque están preparando un crimen...

Mario y Alfredo empezaron a reírse y no podían explicar lo que en realidad estaban haciendo. El jefe de Policía de Caracas era un

señor llamado Frías, muy gomecista, porque si no, no hubiera podido estar en ese cargo, y él sabía quién era todo el mundo en Caracas... Así que cuando llegó el señor Frías y vio al par de señores ahí sentados que no podían dejar de reírse, con los dos policías al lado, preguntó:

-¿Qué hacen estos señores?

-Ah, ellos estaban preparando un homicidio...

Y entonces Frías también se largó a reír, y los dos policías se quedaron avergonzadísimos, porque no sabían lo que sucedía...

El 17 de diciembre de 1930 el general Gómez dio el permiso para que comenzara la emisora Ayre, pero puso como condición que la inauguraran con la transmisión de la celebración de la Batalla de Carabobo en el Campo de Carabobo. Cuando estaban a punto de comenzar, avisaron que Gómez había salido de Maracay y que estaba por llegar. Alberto López le advirtió a Ricardo Espina que faltaban sesenta metros de cable. Alberto López era el ingeniero de sonido, aunque en realidad era electricista, pero era mucho mejor que cualquiera de los de Estados Unidos, que ya de por sí eran buenísimos. Alberto pidió un buen alicate y se fue para el campo, hacia los corrales ganaderos, allí cortó sesenta metros de alambre de púas, lo empató con el cable y la transmisión salió perfecta. A los dos meses, se echó a perder el micrófono de cartón que tenían y entonces Alberto, con la rueda de metal de un arado, hizo un micrófono y con ese micrófono transmitió desde el Country Club y desde todas partes... Alberto López resultó un ingeniero de sonido estupendo y Edgar Anzola, que sabía todo, hasta era titiritero... Fue el primer hombre que viajó por toda Venezuela en un Ford de tablita, y cuando entraba en los pueblos, especialmente de noche con las luces prendidas, la gente daba gritos y se encerraba en sus casas. Esa era Venezuela, esto que estoy contando aquí, y eso es a lo que no queremos volver...

El primer comercial cantado y a capella que se hizo en la radio fue para un jabón llamado John Laud. Me lo propusieron a mí, tenía que ser cantado seis veces al día en vivo, porque en aquel entonces no se grababa, eso no existía en ninguna emisora. Yo trabajaba en Leche de Magnesia Phillips, en la esquina de Veroes, y antes de entrar al trabajo subía a la emisora por la escalera de caracol del Almacén Americano y así, con la lengua afuera, cantaba y después volvía al trabajo, para después regresar a la radio seis

veces al día, y me seguían pagando sesenta bolívares mensuales. Después, el general Gómez lo prohibió por inconveniente, hay que ver esa palabra... En el fondo, yo se lo agradecí, ya no tenía fuerzas. El comercial decía así:

*Suspirando está en el baño
Ana María de la Luz,
porque ella quiere bañarse
con John Laud.*

*Y su madre no concibe
que Ana María de la Luz
quiera meterse en el baño
con John Laud*

*Mamita, mamita
encárgame el ataúd
si tú no me dejas
bañarme con John Laud*

Yo seguí en la radio hasta que me casé, que fue muy pronto, afortunadamente por las hijas que tengo, pero no por el disparate que significa el matrimonio para una muchacha tan joven. Y cuando yo tenía veintiséis años mi marido se fue de la casa, entonces decidí volver a la radio.

Cuando vino Carlos Gardel a Caracas yo tenía veinte años y quince días de casada; trabajaba en La Galerie Parissienne, una tienda que vendía cosas estupendas. Importaban por ejemplo Max Factor, un producto americano, que trajo a Gardel a Caracas. Un día me llamó Luis Faraje y me dijo:

-Cecilia, le vamos a dar una comida a Carlos Gardel en el Dancing de Sociedad, y queremos que tú vengas...

-No, si mi marido no me dejó ir ni a Caño Amarillo a recibir a Gardel, menos me va a dejar ir al Dancing, eso es una locura, no creo.

-Pues, tráete a tu marido...

Entonces le dije a Germán y él aceptó y fuimos a la fiesta. Había una mesa larguísima, con diez hombres de este lado y diez hombres del otro, yo allá y Gardel aquí, en las dos cabeceras. Él se me

quedaba viendo, y yo, como se comprenderá fácilmente, también me le quedaba viendo. Mira y mira, y él me miraba y yo lo miraba y nos volvíamos a mirar. Entonces Gardel le dijo a Faraje, a quien tenía al lado: "Yo quiero bailar con aquella niña que está allá", y Faraje le contestó: "Qué niña ni qué niña, esa mujer está casada, y el marido es el que está al lado. Si tú quieres bailar con ella, ve y pídele permiso a él". Y efectivamente, él vino, todo envarado como era, todo derecho, tirado para atrás, no le faltaba sino el "tirolé", pero como estábamos bajo techo, no era usual. Se acercó a mi esposo y le dijo: "Señor, si usted me permite, yo quiero bailar con su señora", y Germán que estaba hablando de carreras de caballos, que le interesaban mucho, le dijo: "Sí, hombre"... Yo me paré como pude, porque casi no podía, las piernas me hacían así... yo adoraba a Gardel, me había enamorado con Gardel, cantaba todo lo de Gardel, tenía todos sus discos, y verme en sus brazos, aquello era verdaderamente maravilloso... a cualquiera le hubiera pasado lo mismo... Entonces cuando íbamos a empezar a bailar, le dije: "Es que yo no sé bailar tango", y él me contestó: "Una mujer con un hombre como yo baila cualquier cosa", eso fue lo que me dijo. Bueno, seguí bailando y, cuando terminamos la pieza, me llevó hacia la mesa, agarrada por el codo, y de repente me frenó. Germán estaba más allá, pero no le importaba nada, entonces Gardel se volteó y me dijo: "Oiga, si yo fuera su marido, jamás la hubiera dejado bailar conmigo", y me llevó a la mesa y me sentó... He ahí todo el romance, ahí empezó y ahí terminó.

LAUREANO MÁRQUEZ
La vida es una carcajada



Como humorista, Laureano Márquez quizás sea la revelación de los últimos años, porque es divertido y cómico. Pero no es meramente un cómico: se trata de una persona que hace pensar, que utiliza el humorismo de una forma decente y tiene la particularidad de saber ubicarse perfectamente en el espacio en el que se está presentando, ya sea en la radio, la televisión o en la prensa como articulista. Es una persona muy preparada, tiene dos profesiones, y es un hombre con una personalidad tal, que nos permite esperar de él grandes cosas en el futuro.

Laureano me recuerda a las películas de Luis Sandrini o Cantinflas, que hacen reír pero lo dejan a uno pensando, meditando el mensaje. Laureano reúne las características del humorismo inteligente: hace reflexionar tanto como reír, y participa de lo popular sin abandonar su lado intelectual, porque es un hombre que lee mucho y eso es lo que le permite hacer tan bien su trabajo.

O.Y.

Quando Pedro León Zapata dio una conferencia sobre el humor en la radio, yo lo observaba por el techo y veía su reflejo sobre la mesa y de pronto pensé que uno no sabe si el que está arriba es él, o es uno mismo, o es una copia de la copia. ¿Cuál es la verdadera realidad?, ¿la reflejada, ésta que está aquí, o la de arriba? Así pasa con el humor que, entre otras cosas, toma la realidad y la invierte patas arriba, para que de alguna manera nos demos cuenta de que realmente las cosas serias no son tan serias como pare-

cen, y que las más humorísticas son aquellas que en principio parecen muy serias.

Las primeras veces que yo vine a estas cátedras para hablar del humor en la radio, traía unos esquemas, unos papeles y trataba de seguir el plan que me había propuesto. Ahora que han pasado algunos años, ya no hago lo mismo, no porque sea más sabio sino porque soy más irresponsable. Ahora me digo, "bueno, allá Dios lo inspirará a uno"... Hubo, sí, una época de oro del humor en Venezuela. De hecho, algunas viejitas, cuando van a ver la novela, dicen: "Ay, vamos a ver la comedia", porque a la novela todavía la llaman comedia, y esa es una herencia de la significación que tuvo el humor en la radio.

Yo no sé porqué en nuestro país el humor quedó como de segunda categoría, contrariamente a lo que sucede en otros países, como Estados Unidos, donde por ejemplo el humor es bandera del Canal Sony pues todas sus series son humorísticas; se nota una inversión muy alta y de muy buena calidad, se ve que respetan el humor y que se lo toman muy en serio. En cambio, entre nosotros, el humor ha sido rebajado hasta la segunda y tercera categoría, en programas como *Radio Rochela* o *Cheverísimo*, donde el vestuario y la escenografía son de lo peor. Yo recuerdo que cuando trabajaba en Radio Caracas Televisión, si iba a buscar un smoking para hacer un *sketch*, me decían "¡Ah!, es pa' La Rochela?, dale aquél", y me daban el peor. Lo curioso es que se notaba algo contagioso en la manera de percibir el humor, porque me aseguraban "¡ay!, así se le va a ver más cómico, como está roto, ¡ay!, qué cómico, se le va a ver divertido..." Y a lo mejor la comicidad era que uno tuviese un buen smoking en ese momento.

Pero no siempre esto fue así, especialmente en la radio. Allí hubo una época de oro del humor, marcado por el costumbrismo y por lo que se hacía en las emisoras cubanas, tanto, que muchos de los programas de humor de allá pasaron a la radio venezolana. *El bachiller* y *Bartola*, por ejemplo, se inspiró en un programa cubano, o *Tres patines*, que acá se convirtió en *La jocosa jefatura*.

En Venezuela el esplendor de la radio se alcanzó a través del humor, que luego fue tomado por la televisión. Cuando se iniciaron programas como *Radio Rochela*, buena parte de los personajes se inspiraron en la radio y eso funcionó así durante mucho tiempo. En sus inicios, la mayoría de los programas se hacían en vivo,

en los auditorios, donde el público podía asistir a las grabaciones o directamente a las emisiones. Muchas veces los actores se presentaban maquillados, lo cual también propició que muchos de ellos pasaran directamente a la televisión, porque ya habían desarrollado esa habilidad. Era uno de los puntos importantes o fortalezas con que contaban.

No se trataba por cierto de humor de corte político, como se observa en la historia venezolana más reciente, tanto en la radio como en la televisión. Era un humor costumbrista, con personajes que tenían que ver con la vida cotidiana del venezolano. El humor político estaba más orientado hacia los espacios impresos y se expresaba por ejemplo en las caricaturas. También hay que contar las obras teatrales de corte político en el siglo pasado y a comienzos de siglo, al estilo de *La Reconstituyente*, como lo fueron *La sagrada familia* durante el gobierno de Eleazar López Contreras, *La Sacrada*, durante la época de Cipriano Castro o *La Delpinada*, cuando Guzmán Blanco.

Con el tiempo, el humor comenzó a decaer en la radio, aunque quedaron espacios como *Radio Rochela Radio*, que creo que todavía existe en algunas emisoras del interior, y algunos programas de humor estilo *sketchs*, que se mantuvieron hasta hace poco. Sin embargo, el humor está reapareciendo en la radio. Por ejemplo, en KYS FM, que fue pionera, tuve todos los viernes con Alba Cecilia Mujica y Sergio Noveli, un espacio informativo que no informaba, al menos no con la seriedad del resto de la semana, pues nos dedicábamos a entrevistar a personajes ficticios. Venía el Papa, Rafael Caldera y otros personajes, a los que nosotros entrevistábamos. Después Emilio Lovera y yo hicimos el programa *¡Qué broma tan seria!*, también por KYS FM. En otras emisoras, como Radio Rumbos, Graterolacho tenía un programa y ahora tiene otro en Radio Capital. Casi toda la programación de ONDA 107.9 está vinculada al humor: comienzan con Juan Manuel Laguardia (*El sargento Full Chola*), después vienen Pedro León Zapata y Orlando Urdaneta, quienes primero estaban en la mañana y ahora van a la una de la tarde; también el espacio con Ana María Fernández y Ramón Pasquier, que es de noticias y comentarios, y que está aderezado con mucho humor, y en la noche está Kico. También observo una creciente tendencia a la presencia de cierto humor en programas juveniles como *El monstruo de la mañana*, o *El show de la gente bella*, en 92.9.

Como observador, noto cómo van variando los estilos y de qué cosas se ríe la gente a lo largo del tiempo. En los programas juveniles predomina un humor muy ácido, incluso muy cruel; eso, como estudioso del fenómeno humorístico, me inquieta, pues podríamos decir "dime de qué te ríes y te diré quién eres", así como dicen "dime de qué presumes y te diré de qué careces" o "dime con quién andas y te diré quién eres", o "dime si te dejas barba y te diré si estás con Fidel". Se puede hablar del surgimiento de un humor negro que en algunas oportunidades hizo que me preguntara: ¿esto es humor?, ¿cómo puede alguien reírse de esto? Claro, que a lo mejor aquí viene Leoncio Martínez "Leo", y ve el tipo de humor que yo hago y dice: "Dios mío, qué decadencia tan grande". Por eso yo no juzgo, pero observo...

Pero más que del humor en la radio, yo quisiera hablar del sentido del humor, del humorismo como facultad del entendimiento humano. El humor es una forma de analizar, de ver el mundo, de pensar. Los humoristas piensan a través de la risa. Había un gran humorista español llamado José Francés, que decía que el humorista es una persona especial, alguien que se sienta a ver lo que está sucediendo en el mundo y al que las miserias humanas le producen una tristeza infinita, y cuando esa tristeza sale del corazón, rumbo al cerebro, cuando llega, ya se convirtió en risa. Y eso es lo que creo que le sucede al humorista, creo que es una definición muy apropiada del humor, porque el humor muchas veces expresa a través de la risa las angustias más profundas. A simple vista puede parecer que a uno no le importa lo que sucede en el país, porque uno hace chistes sobre Luis Miquilena o sobre Hugo Chávez, o diciendo que junto con *La Reconstituyente* el gobierno del presidente Chávez forma parte de las dos grandes obras humorísticas del país. En fin, muchas veces uno dice esas cosas y la gente cree que es que a uno no le duele. No, al contrario, uno dice eso porque a uno le duele, entonces, como le duele tanto, tanto, no sé si más que a los demás, pero le duele mucho, y si te pones a hablar de eso te entra un ataque de llanto que te dura como quince o veinte días, y entonces no puedes parar... para evitar esa grave complicación que se le genera a uno, pues entonces uno empieza a reírse, y descubre que riéndose puede mantener la cordura y no volverse loco con las cosas que suceden. Decía Aquiles Naoa que el humor estimula el pensamiento analítico, el humor es una ma-

nera de hacer pensar sin que el que piense se dé cuenta que está pensando.

En estos días leí un artículo a propósito de la agresión de la cual fue víctima Zapata por parte del Presidente de la República. Y este señor escribía que con las caricaturas de Zapata podría hacerse una reconstrucción de la historia venezolana. Yo comparto plenamente esa afirmación, de hecho, creo que el humor es la cosa más seria que tienen las sociedades, por eso creo que las sociedades que más humor tienen son las más sanas y por varias razones: en primer lugar, el humor es un acto de sanidad individual, por ejemplo, yo estaba observando a Dámaso Blanco y veía toda esa inmensa capacidad que tiene para reírse de sí mismo, para llamarse negro, calvo, viejo, se insulta él solito... Cómo puede venir uno a decirle algo, si ya él se lo dijo todo, que más puedo decir yo de Dámaso Blanco que él no haya dicho. El humor es saludable, porque en la medida en que uno se ríe de uno mismo, ya nadie se puede reír de uno. Es una excelente estrategia.

El humor estimula la inteligencia, te va volviendo inteligente, porque permite descubrir conexiones de la realidad. Pero además, el humor genera absolutos, o mejor dicho, es de una gran utilidad en términos de salud, se está utilizando como tratamiento para las enfermedades, para generar endorfinas que protegen del dolor -ya hay literatura sobre esto, como el libro de Henry Rubinstein llamado *Psicosomática de la risa*- en fin, se están descubriendo cada día mayores utilidades de la risa. Además, otra utilidad es que la risa nos hace tolerantes, porque cuando uno comienza a reírse del adversario, se está riendo de él porque descubre imbecilidades en el otro, errores y fallas que ya descubrió en uno mismo. Entonces uno puede decir "Mira, Chávez, tú eres un imbécil, ¿Por qué te lo digo? Porque yo soy un imbécil también, y reconozco claramente a un imbécil donde lo veo, porque llevo treinta y siete años conviviendo con uno. De modo que a mí tú no me vas a engañar, yo conozco tu técnica, yo sé lo que estás haciendo..." Así comienza uno a volverse una persona tolerante, porque combates la imbecilidad en los otros mientras la estás combatiendo en ti mismo, y te vuelves tan entrenado en el asunto, que comienzas a descubrirla fácilmente en los demás. Eso es lo que produce el humor.

El humor es quizás el sentido que mayor exactitud le da a la

dimensión humana. Yo creo que la creación fue un acto de humor de Dios, que la vida es una carcajada, que la eternidad es una risa perpetua, de modo que cuando uno muere, entra con una carcajada que no termina nunca, ese es un gran don. Creo que cuando el ser humano se volvió lo que llaman *homo sapiens* o animal racional, es decir, un animal que piensa, se dio cuenta que no solamente pensaba, sino que sabía que pensaba, que es lo más increíble de todo esto. Porque entonces uno empieza a hablar, ya no a hacer discursos sobre aquellas cosas sobre las cuales uno está pensando, sino sobre el propio pensamiento de las cosas, y así nace la filosofía. Creo que el hombre alcanzó esa dimensión la primera vez que hizo una conexión en su cerebro que motivó una carcajada, fue el descubrimiento de la primera idea, creo que así fue como el hombre aprendió a pensar, cuando con gruñidos empezó a contar, al final del día, en medio de la aldea, que había cazado un animal y que el animal se le había escapado. Y cuando comenzó a contar eso, y otros se empezaron a reír, ahí ya tuvieron ideas y entonces descubrieron que su capacidad no tenía límites. Por eso el humor no pasó de moda, lo heredamos de los griegos y se mantiene hasta hoy; los griegos le dieron una importancia fundamental y una dimensión inteligente.

Hacer humor es muy difícil, casi tanto como hacer el amor, una cosa complicadísima. Pero hacer el humor y el amor tiene mucho que ver... el humor es una forma de amor, es una forma de amar al mundo. Y el amor es difícil, ¿por qué?, porque si quiere hacerse con sentido, es decir, con un propósito y no simplemente hacer reír por hacer reír, si se quiere trascender en la risa como pensamiento, se vuelve difícil, porque hay que tratar de empezar a pensar... Cuando uno tiene algún pensamiento es que puede traducirlo en un chiste. Yo descubrí eso y comencé a tratar de pensar más en las cosas que pasan y a darle sentido humorístico, porque el humor es una manera de ver el mundo. Es como unos lentes que uno se pone, pero metidos en el cerebro, y no te los puede quitar y en todo se ve algo cómico. Cuando sucede eso, ya no se puede ver la realidad de otra manera; y es difícil, porque no se puede aprender. Uno no puede hacerse el propósito y decir "ay, yo voy a ser humorista, me provocó". No se puede. Pero una vez que uno tiene el don, la facultad, y además existe la inspiración artística, puede aprender a mejorarla. Y sobre todo, como decía Dámaso

Blanco, ver qué hacen los que son excelentes en el asunto, y tratar de ver por qué tienen ese éxito.

En lo que se refiere a los personajes, es verdad que siempre se mantiene un límite muy delicado entre sátira y agresión, entre parodia y burla, entre crítica y ofensa. Es un borde que hay que saber manejar con equilibrio, sin caer en el humor adúlante que uno observa, por ejemplo, en muchos humoristas que no se atreven a cuestionar ni a criticar, porque les da miedo. O el que se torna excesivamente ofensivo, entendiendo que criticar a un personaje es insultarlo, a mí eso no me parece. Por ejemplo, frente a Zapata, el presidente Chávez en vez decir cosas como “yo no estoy de acuerdo con esa caricatura, porque esa caricatura me parece que expresa algo que no es verdad, porque creo que en Venezuela no se está militarizando la sociedad, porque al contrario, cada día hay menos generales en los cargos públicos. Si ustedes se ponen a observar, hemos sacado esta semana a diez y la semana que viene ya no quedan sino cuatro o cinco”, que sería una manera de responder con la que se estará o no de acuerdo, pero es una manera coherente y argumentada de responder; en cambio, cuando dice “Zapata, ¿cuánto te pagan para que digas esto?”, está diciendo que Zapata es un mercenario, que no piensa con criterio propio, sino que está recibiendo un pago para pensar así. Esa sí es una ofensa. A los políticos hay que desnudarlos frente al mundo, y frente a la sociedad, decirles “mira, vale, lo que está pasando es esto y te lo digo a través de un chiste”. Yo trato de no caer en ofensas, considero ofensa meterme con defectos personales o con la familia que no está involucrada en el asunto; por ejemplo, uno hace chistes con Rosinés, y yo trato, además, que los chistes no tengan nada agresivo contra ella, pero uno hace chistes con Rosinés, la hija de Chávez, porque el propio Chávez la convirtió en una figura pública, igual que María Isabel, quien fue miembro de la Asamblea Constituyente, es decir, que ya no es la esposa privada del Presidente, como sucedió en otras presidencias, sino que es una mujer con dimensiones públicas en tanto y en cuanto fue actor político. El humor se mete con los actores políticos. Pero, así y todo, me esfuerzo porque el trato con ellos sea muy cuidadoso. ¿Cuál es mi propósito con el presidente Chávez? Yo hago chistes con él, como hacía con Rafael Caldera o con Carlos Andrés Pérez, en todo lo que tiene que ver con su actividad pública, es decir, con lo que me

afecta a mí como ciudadano. Por ejemplo, si yo supiera que el presidente Chávez sufre de impotencia, yo evitaría hacer chistes con ello, porque me parece que eso forma parte de un asunto privado. Yo no me metería con la vida sexual del presidente Chávez, pero sí me metería con la de Bill Clinton. Si el presidente Clinton tiene una pasante en la oficina Oval de la Casa Blanca, que hace muy bien su papel de pasante y llega a pasar tanto que no solamente es pasante, entonces Bill Clinton convirtió su vida sexual íntima en un hecho político público, y ya no puedes eludir el tema. Esa creo que debe ser la diferencia y debe ser la medida. En el caso de Mónica Lewinsky, uno debería decir incluso "su boca será la medida". ¡Qué vulgar!

Si uno se pregunta qué es más difícil, si hacer humor en radio o en televisión, hay que distinguir las dificultades de la radio que no tiene la televisión. Por ejemplo, en la radio hay que lograrlo todo con la voz exclusivamente, de modo que si no tienes la capacidad para hacer voces adecuadas, el chiste se pierde. Tiene otras ventajas también, por ejemplo, se puede trabajar con un guión escrito, si es grabado se puede corregir y no hay que maquillarse, que es un fastidio. En la televisión se pueden utilizar otros recursos, como los gestos y el maquillaje que por cierto ayudan mucho a crear un personaje. Yo hice imitaciones en las que, aunque no haya tenido muy dominada la voz, me ayudó el maquillaje. Pero hay distintos recursos para la radio y aunque no se tenga muy bien dominada la voz, existen recursos cómicos que ayudan a que eso sea gracioso, de modo que cada medio tiene su dificultad.

Yo considero que nosotros somos los principales beneficiarios del gobierno de Chávez. Yo no tengo moral para criticar al presidente Chávez, porque vivo de sus discursos. Hasta hace poco me preguntaban: "¿Profesión?", y yo decía "oigo a Chávez". Claro, porque yo definí eso como una profesión y algunos días tenía que dedicarle horas extras, entonces yo me dije, bueno, esto es una profesión. Lo que pasa es que después se me fue haciendo cada vez más difícil, ya en las noches no podía escucharlo. Las cadenas, por ejemplo con Fidel Castro, se me hicieron difíciles, porque además eran numerosas. 10 am, cadena, rueda de prensa de Chávez con Fidel, almuerzo de Fidel con Chávez; 4:45, Chávez juega béisbol con Fidel en cadena nacional; 8:45, en cadena Chávez y Fidel se van a la cama, los dos con su pijama; 7:45, Fidel se cepilla los dientes en cadena nacional...

La verdad es que, así y todo, no me gané muchos enemigos por los personajes que interpreté. Por eso a Zapata le tengo últimamente una enorme envidia. Yo llevo tiempo tratando de que Chávez se meta conmigo, y no lo he logrado. Con Caldera no tuve problemas, de hecho nosotros hacíamos a Caldera en KYS, incluso durante su gobierno, y nunca tuvimos ningún inconveniente. Más tuvimos con el ministro de Transporte y Comunicaciones; le dijimos "orejón" a Moisés Orozco Graterol y él se molestó mucho por eso. Pero yo decía, "qué curioso es este gobierno, uno se mete con el presidente y no pasa nada, pero se mete con un ministro y el ministro se enoja". Chávez ha sido objeto de mucha, mucha, mucha sátira, y yo, honestamente, debo reconocer que no he recibido presiones, cosa que me tiene como indignado. Mira toda la vida que ha cobrado Zapata después de la agresión presidencial. Eso es una cotización en la Bolsa de Valores del Humorismo, Zapata subió puntos así de alto... y lo peor es que ahora Zapata va a cobrar más caro. Yo le mandé un mensaje al presidente Chávez, "¿por qué no me insultas una vez, aunque sea?" Yo no pedí sino que diga "este Laureano mismo, ¡hasta cuando!". Eso significa puntos, porque no es ninguna agresión particular, sino que viene del Presidente de la República, y eso ayuda, y en cadena más...

Yo supongo que a Caldera no le debe gustar mucho la imitación que hago de él. Una vez en Margarita, con el gobernador Fucho Tovar, que en paz descanse, sí hubo un inconveniente. Yo estaba haciendo una imitación de Caldera y él se molestó mucho, y subió con unos traguitos encima al escenario y dijo algunas cosas inanis-tosas. Yo estaba esperando que me pusieran preso, pero no sucedió. No he sido una persona afortunada en este trabajo del humor, aunque todavía no descarto que en lo que queda de este gobierno nos lleven a prisión. Sería muy, pero muy bueno para los que hacemos en teatro *La Reconstituyente*.

A Carlos Andrés lo empecé a imitar en su segundo gobierno. Una vez fui al Palacio de Miraflores, al bautizo de un libro que escribió mi esposa, y yo estaba en la última fila. Estaban todos de lo más solemnes esperando al Presidente, y el Presidente se demoró como unos quince segundos. Entonces, yo para vacilar, empecé a decir con la voz bajita, así para ver... "Ya voy llegando, abran paso"... y todo el mundo volteaba... "Dígale que ya voy"... fue muy divertido.

Durante las dictaduras los humoristas son más censurados, como en la de Juan Vicente Gómez, quien fue terrible en eso, dio cárcel, persecución, tortura, de todo. Pero los humoristas desarrollaron una entereza y una dignidad enormes, no solamente para soportar las agresiones del dictador, sino para reírse de sus padecimientos, como lo hizo Job Pim en un hermoso poema que él tiene en La Rotunda, y como lo hicieron Andrés Eloy Blanco y Leoncio Martínez. En la dictadura de Gómez y después en la de Marcos Pérez Jiménez, con los inicios de la democracia, se mezcló un poco la intolerancia política con la intolerancia hacia el humor, porque el humor estaba muy comprometido con las causas de la izquierda. También hubo cierres de periódicos y censura, especialmente en el gobierno de Rómulo Betancourt y en el de Raúl Leoni, y a veces en el primer gobierno de Caldera. Pero, a pesar de todo, Zapata cuenta una anécdota de Rómulo que es significativa, porque Zapata era muy duro con él y, sin embargo, Rómulo mandaba a buscar las caricaturas a *El Nacional* y las coleccionaba. Pero después, con Jaime Lusinchi, las cosas fueron distintas, porque era absolutamente intolerante y censor, y fue terrible, terrible. Es que no hay otra manera de decirlo, era muy, muy sinvergüenza, muy poco honorable. Bueno, después, Carlos Andrés Pérez cerró *La Rochela*, durante su segundo quinquenio.

Con el presidente Chávez sucede algo muy curioso: por un lado vivimos una paradoja, el momento de mayor tolerancia y de mayor libertad de expresión, y por el otro, y dirán que es contradictorio, vivimos un momento de permanentes agresiones, de amenazas a la libertad de expresión por parte del propio Presidente. Ahora, es distinto que yo me meta con Chávez a que Chávez se meta conmigo, o con Zapata, porque él es el Presidente de la República; yo soy yo y él no es él, él es todos nosotros. Entonces, cuando el presidente Chávez se vale de la investidura presidencial para preguntar "Zapata, ¿cuánto te pagan?", no es Hugo Rafael Chávez Frías, el que nació en Sabaneta, es el Estado venezolano, el gobierno venezolano, la institución pública más importante de Venezuela, que tiene todo el poder de las Fuerzas Armadas, que tiene toda una cantidad de cosas que no tiene Pedro León Zapata; que tiene la Dirección de Inteligencia Militar, la DISIP y todas esas cosas. La batalla es absolutamente desigual. Por eso no se puede argumentar en defensa de Chávez que "ah, chico, vale, él es así". No, él no puede

ser así, porque es el Presidente de la República, y si bien tiene todo el derecho del mundo a responder a todo lo que se le diga, no tiene derecho a ofender ni a insultar ni a agredir, ni a burlarse del director de *El Universal*, porque habla así como Tarzán. No tiene derecho a hacer eso, porque es el Presidente de la República y eso agrade. El Presidente de la República, aún cuando respondiera seriamente, tiene que hacerlo con mucha ponderación, es decir, tratando de argumentar. Vamos a suponer, nosotros estamos aquí, en KYS FM, y hoy va una cadena presidencial, y Chávez dice: "Dígame, ahí está la gente de KYS FM, ¿quién está detrás de eso? Cuchi misma, ¿por qué sacas esa información?". ¿Qué creen ustedes que va a pasar mañana cuando lleguen los empleados de esta emisora aquí? Va a correr el pánico, porque al día siguiente la gente va a decir "mira, vale, oye, no, no", Oswaldo Yepes va a decir "no vamos a nombrar al hombre más", como dijo la gente de Venevisión. ¿Qué hizo la gente de Venevisión? "Vamos a acabar con los programas de opinión", y acabaron con los programas de opinión, ¿por qué?, porque están asustados, porque la gente se asusta, y eso es natural; cuando uno ve el poder, uno se asusta, y si es del Estado, más aún. Entonces, lo que yo sostengo es que un Presidente tiene derecho a responder y a defenderse de las críticas, porque eso es razonable y es cierto, pero tiene que hacerlo en ciertos términos.

IVÁN LOSCHER

La música como información



Iván Loscher es probablemente una de las mejores voces de la etapa contemporánea de la radio. Así como se dice que las de Jorge Lamas, Héctor Hernández Vera, Pancho Pepe Cróquer, Luis Salazar y Tomás Henríquez son las voces de la época de oro de la radio, hoy en día se puede decir que Eduardo Morell, Clemente Vargas Jr., Alfredo José Mena y últimamente Iván Loscher son las de nuestro tiempo. Iván Loscher y Enrique Hoffman son los grandes locutores de la actualidad, y quizás sean los que han grabado más cuñas en la radio y en la televisión en los últimos años. Obviamente, son los más solicitados, como anteriormente lo fueron Martínez Alcalá, Rafael Cabrera y César Pinto.

Iván Loscher comenzó con nosotros en Radio Capital a la medianoche porque no teníamos dónde colocarlo, y se fue puliendo hasta que pudo tener su primer programa estelar en el día, La hora trece, un espacio con una música muy especial, que se transmitía de 1 a 2 del mediodía. Más tarde inició un programa con César Miguel Rondón, que se llamó Una flor en el ojal, donde se ponía un poquito de salsa y, en general, una música si se quiere más irreverente con respecto al resto de la programación. Durante los últimos años ha trabajado en la Mega Estación, es un locutor de gran clase, al que da gusto oír. Es de los pocos que quedan en su profesión, que sabe lo que está diciendo con relación a la música y a los intérpretes.

O.Y.

Yo empecé en el año 1968 y, por cierto, tengo una anécdota muy divertida de aquel entonces cuando el director de la radio era Oswaldo Yepes. Yo trabajaba gratis y Oswaldo nada que me pagaba, y pasaban los meses y nada. Yo le decía "Mira, Oswaldo, yo necesito plata..." y él me contestaba "Sigue puliéndote, Iván, sigue puliéndote". Así estábamos, hasta que una vez la competencia, Radio Capital, me hizo una oferta en 1969, no para trabajar de noche sino en el horario que yo quisiera, además de ser musicalizador de Radio Caracas Radio. Entonces le dije a Oswaldo: "Yo necesito plata, mi pana...", y él volvió con "Sigue puliéndote", a lo que le contesté: "Mira, vamos a hacer una cosa, o me das para comprar la cera y la estopa, o me voy para Radio Caracas". Entonces hasta me pasaron al horario diurno.

Hay hitos en nuestra formación, como lo fue el año 68, un año muy comprometido, cuando empezó Radio Capital. Quizás el momento más deslumbrante de ese año fue el "Mayo Francés", cuando los estudiantes y trabajadores se sublevaron en París y casi tumbaron al gobierno de Charles de Gaulle, y hubo rebeliones estudiantiles y juveniles en todas partes del mundo. La diferencia entre nuestra generación, que empezó en esa Radio Capital en el '68, y las generaciones de discjockey anteriores, consiste en que nosotros teníamos no sólo la edad sino que también compartíamos una especie de espíritu de los tiempos afín a todos los músicos.

Yo tuve la suerte de ser conocido muy rápidamente mientras me estaba puliendo, porque me pusieron en la noche y además porque la radio tenía como una especie de visión sesgada de la realidad. Transmitían por ejemplo a los Beatles, a los Rolling Stones, pero no ponían las canciones de los grupos llamados *underground*, que eran Pink Floyd, Led Zeppelin, Jimmy Hendrix... y como nunca estaban en la programación, entonces la gente los escuchaba en mi espacio nocturno. Además, en aquel entonces todo el mundo fumaba marihuana, especialmente de noche, así que tenía a un público especial. Radio Capital fue un suceso impresionante porque significó eso, compartir un espíritu afín con la gente que nos escuchaba. Nosotros éramos todos igual, *peñíos*... éramos de esa generación, no éramos profesionales contratados para poner música, sino unos tipos que sentíamos lo mismo que se sentía universalmente, y había un enorme espíritu de cámara-

dería en todas partes del mundo. Hoy en día lo veo como un poco cándido, la gente se hacía señas, ponía la mano así y era amor y paz.

Indudablemente, la radio cambió mucho. En la actualidad es como demasiado aburrida, muy estereotipada. Uno oye 92, 94, 107 La Mega y todas colocan las mismas cancioncitas. Las radios "adulto contemporáneo", en lugar de poner a Limp Biskit, ponen la misma canción de Whitney Houston o de Mariah Carey... Es como una materialización del aburrimiento para distintas edades, pero en conjunto, algo muy bien orquestado. Pareciera ser un plan establecido por la CIA para que los latinoamericanos no pensemos. Por ejemplo, estoy plenamente convencido de que el tecnomerengue lo idearon en un laboratorio de la CIA para volvernos más tontos de lo que ya somos. Por eso es que digo que la radio actual me parece fundamentalmente aburrida. Y en cuanto a los programas de animadores como *El monstruo de la mañana*, el programa de Luis Chataing, en ellos se hace gala de una buena producción, tienen su razón de ser en la mañana y es que la gente se vaya divertida al trabajo. En ocasiones se extralimitan un poco con este asunto de la irreverencia, y es que hemos pasado de la irreverencia a la vulgaridad; hay como una especie de competencia a ver quién asombra más, al extremo que, como he dicho en varias ocasiones, para ser irreverente habría que volver a lo clásico, al tipo de veintidós años que hace un programa totalmente respetuoso, que diga "respetado público radioescucha" o cosas así, tan antiguas como esa, o que use palabras como "terciopelo" y otras caídas en desuso, ridículas. Pareciera que la revolución es volver a lo clásico.

En cuanto a la música, cuando nosotros empezamos decíamos lo que sucedía en todas partes del mundo. Nos importaba la buena calidad musical, y no si las canciones duraban 3 minutos y pico, como duran ahora las canciones. Poníamos canciones de 10, 12 y 16 minutos, lo cual siempre incluía el problema de que el operador se iba y el disco se quedaba pegado, porque estaba comprando café a cuenta de que la canción era muy larga.

Hoy en día es muy fácil hacer radio, ya que le dan a uno la lista organizada de canciones, el locutor lo único que tiene que hacer es presentarlas y despedirlas; pareciera que el formato del DJ o discjockey ya no contempla nada más. Yo tengo 32 años transmitiendo noticias sobre música, y desde hace 7 tengo la facilidad de

Internet. Mi programa es fundamentalmente un noticiero de música, y ya no tengo que comprar tantas revistas sino que todas las mañanas las leo en mi computadora. Antes esto no hubiera tenido ninguna gracia, pero sorpresivamente hubo que competir con una generación que surgió de repente y que sí tenía alguna gracia, que era la tecnología. Entonces yo me dije, 'bueno, lo que voy a hacer es dar noticias de música y biografías', lo que a la larga se ha convertido también en un filón, todo debido a la abrumadora falta de imaginación de los discjockey y a que la mayoría recurre a lo mismo. Así tenemos una multiplicidad enorme de noticieros, todos con las mismas noticias, sacadas de Internet, no importa cuál sea la radio. Me imagino que la gran cantidad de noticias hace que la gente esté muy informada, pero lo que pone de relieve en realidad es la falta de talento al encarar un programa o una perspectiva de hacer radio que antes se hacía por pasión. No le veo mucho sentido a que todos los programas de música digan lo mismo, las mismas noticias salidas de Internet.

En el otro lado del espectro tenemos a los programas irreverentes, y yo diría que sobre esa base se ha fundamentado la programación de las radios en los últimos dos o tres años. A Eli Bravo le debemos los programas de participación, él abrió una ventana distinta en un momento cuando la radio era fundamentalmente aburrida. Y me refiero a eso de que mandan un servicio semanal con una lista de canciones que están ya grabadas, entonces uno constata lo que está pegado en Estados Unidos y lo pone. ¿Somos una sucursal de Estados Unidos?, ¿será que nos olvidamos de lo que se hace en otras partes del mundo? Pero es que incluso el mundo está orquestado así, por llamarlo de alguna forma. Las radios son aburridas en muchas partes, en otros países son igual de fastidiosas y hasta peor. Nosotros siempre hablamos de la maravilla de Estados Unidos, pero las radios de allá son bastante más aburridas que aquí, sobre todo porque són en inglés. Esa orquestación sistematizada es lo que a mí me parece terrible, porque creo que nadie está inventando nada. El que tiene un programa de música, lee noticias de música de Internet, y los programas de participación casi todos son lo mismo: 'vamos a ver quién hace reír más en la mañana, y en la noche quién dice más groserías'. Pareciera que cada fórmula nueva que surge crea una especie de brecha en la cual instalarse. A lo mejor no se inventa nada por miedo a que no

sea aceptado, porque las gerencias de las radios son timoratas y nadie quiere arriesgar nada.

Lo que creo es que, fundamentalmente, los medios de comunicación están puestos para aburrir a la gente o para no hacerla pensar, yo no sé quién puede pensar después de ver *¿Quién quiere ser millonario?*... Si acaso hay canales que hacen pensar, como Discovery o los canales de documentales, pero por lo demás, la televisión no quiere que la gente piense. En estos días George Michael ponía en evidencia algo que yo venía analizando desde hace un tiempo: en 1985, 33% del mercado en Estados Unidos era inglés, en cambio, hoy en día es 0,2%. ¿Qué significa esto? Que en Estados Unidos están cerrando el mercado al producto inglés, que es lo más interesante que se puede estar haciendo en música.

Y volviendo a mis recuerdos, allá por el año 1964 hubo una gran efervescencia por los Beatles; se formaron varios grupos, yo era locutor de uno de ellos, además de mecánico. En aquella época, los discos eran más difíciles de conseguir, porque las disqueras los traían, no había esa acuciosa necesidad de que las cosas fueran paralelas en el tiempo, que si el disco salía en Estados Unidos de inmediato estuviera aquí. Las cosas tomaban más tiempo, con un *delay* de dos semanas tal vez, pero las disqueras recibían los discos de muestra y como nadie los ponía, decían: 'mira, llámame a este tipo para que ponga eso en la noche'. Yo me acuerdo que en la radio había un subdirector, Lumute, que un día me amenazó: "Si tú vuelves a poner no sé qué vaina Floyd, yo te boto". Y yo le dije: "¡Pink Floyd! Cómo me vas a decir eso, Pink Floyd es una cosa importantísima, un mito histórico de la música...", y él insistió: "No, no, no, tú pones eso y yo te boto..." Entonces lo convencí de que en la noche no me oía nadie y me dijo: "Bueno, pon lo que te dé la gana".

La verdad es que yo siempre quise ser locutor, y es que a la radio hay que encararla como un asunto de pasión. Yo podría estar retirado en mi casa, bañándome en la piscina, pero necesito hacer radio, y no por el dinero, sino por pasión. Y yo diría que la mayoría de las personas que lo hacen es por ese motivo. La radio tiene ese contacto íntimo, la subjetividad y, además, produce una complicidad enorme entre la gente que lo oye a uno de manera asidua y uno mismo, que es una cosa muy linda. Obviamente, eso no lo tiene la televisión y además, en la radio, la gente no se cree estre-

lla. Por eso yo digo que la radio prolonga la infancia, las emisoras parecen unos kindergarten, no sólo por la edad de la gente, sino por el temperamento, por el ambiente de trabajo, que siempre es como un poco infantil.

Ahora, para mantenerse en un trabajo tanto tiempo, hay que corregir un error histórico de mi generación: la flojera anecdótica, las referencias al pasado. "La época nuestra sí que era buena, porque antes...", y así se descalifica a la gente joven. Yo creo que quizás la suerte que tuve de mantenerme es que siempre aprendí de la gente joven; por ejemplo, yo aprendí más de Eli Bravo que lo que él pudo haber aprendido de mí. Aprender de la gente joven amplía el rango de la sensibilidad. Eli está haciendo lo que él considera que debe hacer, un programa que en primer lugar es un alarde tecnológico: entrevista a alguien en México y de inmediato a otro en España; por otro lado, es un alarde suyo como periodista, porque puede entrevistar a personajes disímiles sobre temas muy diferentes. Creo que Eli es un tipo deslumbrantemente inteligente y muy culto.

Por lo regular, no pongo música vieja, ni me interesa. "Escaleras al cielo" es una canción, tal vez la más importante de mi vida, pero tengo como dos años que no la oigo. Me interesan mucho más los experimentos del *trip hop* de Bristol, por ejemplo, o el nuevo disco que está por salir de Massive Attack. Lo que me parece fastidioso es que todas las radios pongan la misma música, y nadie se atreva a poner más allá del horizonte permisible, cuyo mayor riesgo es Papa Roach o Korn.

Yo tengo una teoría: en la radio hay una máquina que programa las canciones. Por fortuna, en este país respetan las canas, por lo tanto, respetan la sinvergüenzura, y yo no trabajo con esa máquina sino que pongo la música que quiero. Pero todos los locutores trabajan con esa máquina, entonces yo veo dos perspectivas irreconciliables: por un lado están Christina Aguilera, Britney Spears, N'sync, Backstreet Boys, toda esa cosa tan cándida y tan hermosa que tiene a la juventud anglosajona enfrentada a Pap Roach, Limp Biskit o Korn. Para hacer la cosa aún más brutal, al parecer, ahora se va a programar de forma tal, que cuando el aparato ponga a Britney Spears, de inmediato lo haga con Pap Roach, es decir, que puede poner las dos cosas. El problema de las radios juveniles es entonces conciliar dos mundos totalmente antitéticos,

como cuando existían Jimmy Hendrix y los Bee Gees. Pero el debatirse en una solución dialéctica de estas dos perspectivas es también un problema de una tensión terrible, sobre todo desde la perspectiva juvenil, que siempre es más conflictiva.

Ahora bien, parece que los programas musicales con noticias e Internet responden a una necesidad del oyente, que ya se aburría de oír donde quiera que esté, en el campo, la montaña o la ciudad, que "la esté pasando muy bien". Entonces sí hubo un interés de parte del fenómeno radiofónico de transmitir algo, y creo que ha sido un proceso acelerado en los últimos tres o cuatro años... A mí me parece muy bien poner en práctica un montaje producido de programas, esto es muy encomiable, porque realmente los discjockey no decíamos nada, apenas la hora y "donde quiera que estén, que la estén pasando bien", y luego "ahora... continuamos con...". Quizás sí hubo una presión y por eso es formidable la competencia. El renglón más competido es éste, donde hay que decir algo, sobre todo en una época tan informativa como ésta, en la que todo se aceleró por Internet. Hoy por hoy, la fiebre son los programas especializados en Internet, pero creo que es mucho mejor este momento que el de hace seis años, cuando los programas eran todos iguales. La mejor definición que conozco sobre los locutores la dio un operador muy divertido al que llamaban "Tribilín", que decía: "Para mí, un locutor es un tipo que llena mis baches", es decir, el que rellena un hueco que por lo general es una molestia, el que tiene que hilvanar un discurso más o menos interesante para el público que quiere escuchar la próxima canción; ese lapso comprometido, secuencial en un programa, debe ser, si no inteligente, al menos entretenido, que aporte algo. Todos los programas eran iguales, pero creo que hoy en día la radio está más llena de contenido enriquecedor, aunque parezca insustancial.

Con respecto a la música de fin de semana, hay distintas maneras de encararla. Está, por ejemplo, la posición de emisoras como la Mega, que sostiene que los fines de semana tienen que ser sólo de música, mientras que yo sostengo lo contrario. Yo siempre trabajo para minorías. Creo que las minorías también tienen la razón, de hecho, hago mis programas para mí, porque supongo que hay mucha gente que siente como yo y por eso selecciono mucha música. Yo pienso que es una mezquindad terrible de la radio no dar cuenta de esa parcela experimental que se está evidenciando

con cierta música –más en Inglaterra, pero también en Estados Unidos–, que es la música *techno, trip hop* y otras manifestaciones que la radio no transmite. Esa conceptualización de un programa para minorías constituye una rareza extraordinaria, y el hecho de que me lo hayan aceptado tiene que ver con que en este país las canas son respetables. El programa me encanta hacerlo los sábados y se llama *Scrash*. Pienso que los fines de semana, en vista de que las radios no dicen nada, sino pura música y uno que otro programa grabado de vez en cuando, deberían abrirlos a productores independientes. Creo que la radio debería dar la oportunidad a otros espacios.

HÉCTOR MONTEVERDE

El gran galán



A Héctor Monteverde lo llamaban “El muñeco de la ciudad”, por una canción que pegó. “Dice la gente que soy el muñeco de la ciudad...”. Es uno de esos hombres múltiples, parecido a Pancho Pepe Crócker, quien también era locutor, actor y narrador. Hoy en día se mantiene como un gentleman, elegantísimo, con buena salud y buen humor. Colabora con la Sociedad Anticancerosa, el Museo de la Radio y la Cátedra de Radio.

Es un hombre de un optimismo extraordinario. Yo lo conocí cuando era cantante de vales venezolanos y más tarde, cuando llegó el boom del cine nacional, entre los años 40 y los 50, era el galán, por encima de todos los demás. Protagonizó películas como Yo quiero una mujer así, e inclusive coproducciones con México.

Héctor Monteverde siempre hizo radio, fue primer actor en innumerables radionovelas y hasta tuvo un programa sumamente popular, que todavía la gente recuerda: Los debutantes de Philips. Cuando surgió la televisión, coprotagonizó con Peggy Walker una comedia familiar, Qué lindo es quererse, y tuvo también programas de entrevistas y presentaciones. Como animador era tan bueno, que hasta llegó a suplir a Renny Ottolina y a Víctor Saume cuando ellos salían de vacaciones. Y todavía trabaja como actor de telenovelas.

O.Y.

Yo me inicié muy temprano. En 1932 ya hacía mis pequeñas incursiones en la radio, tenía papelitos en las comedias. Después

de 1935, comencé como profesional, como locutor, actor, cantante y director; en fin, abarqué muchos aspectos de la radiodifusión que más tarde me fueron de gran utilidad.

Recuerdo que antes de inaugurarse la Broadcasting Caracas se hicieron unas pruebas de transmisiones remotas que comenzaron de una manera muy particular. La embajada norteamericana había traído un barco de guerra que ancló en La Guaira. Los marinos hicieron una parada en la Plaza Henry Clay, junto al Teatro Nacional; en la noche asistieron a un baile con orquesta en el Country Club y Radio Caracas aprovechó entonces para probar sus transmisiones remotas en ambos eventos, y así se inició la historia...

El 11 de diciembre de 1930 se inauguró oficialmente la Broadcasting Caracas, con una programación muy simple: discos de tríos, pianistas, cantantes que se acompañaban con el piano, la orquesta del estudio... no eran programaciones que se puedan calificar de "grandes", como las que se hicieron posteriormente, sobre todo en Radio Caracas. Para dar un ejemplo de cómo se hacían las cosas en aquel entonces, recuerdo que el 17 de diciembre de 1930, aniversario de la muerte del Libertador, el general Juan Vicente Gómez ordenó la conmemoración en el Campo de Carabobo en Valencia. Broadcasting Caracas se empeñó en hacer una transmisión desde allá, que, dicho sea de paso, hizo con mucho éxito. El general Gómez, quien nunca en su vida había hablado por radio, dijo que lo haría a las 12 en punto del mediodía, aunque la parada militar iba a comenzar a las 11. Entonces le pidieron al bachiller López que trabajara en eso, porque él era un genio, pero un genio empírico; era un técnico de radio como difícilmente pueda existir otro igual, porque en aquel entonces no se estudiaba electrónica ni nada de eso, pero él era de los pocos que sabía mucho de electricidad y de radio. Alguien le dijo: "No te extrañe que el general Gómez se presente antes de las 12, así que ten todo preparado". López había probado ya todos sus equipos, y a las 11:10 se le ocurrió prenderlos, pero se dio cuenta de que no había corriente. Con las manos en la cabeza iba y venía de un lado al otro, preguntando "¿qué hago ahora?, yo no sé qué hacer"; entonces le dijeron: "Ve para arriba del poste donde están esos perolones de donde se toma la electricidad". Pero él no quería, "no, eso está quemado...". Y vio a lo lejos un trapiche y dijo: "En ese lugar tiene que haber corriente", entonces se montó en una mula y se fue hasta allá.

Cuando llegó, vio al dueño del trapiche, que le mostró unos cables. López agarró la cuchilla, puso los dos polos y vio que los tablonces de caña estaban rodeados de alambres de púa. Tomó un polo, lo puso arriba, el otro lo puso abajo, para que no hicieran cortocircuito, y se fue así, hasta que llegó al lugar donde tenía su equipo, que era donde necesitaba la corriente. Faltaban 25 minutos para las 12 y ya le habían dicho que el general Gómez había salido para el Campo, entonces él probó los aparatos y, efectivamente, tenía corriente. Así se pudo efectuar la transmisión, pero pasaron un susto muy grande, que sirvió de experiencia para todos los radiodifusores venezolanos, que aprendieron que no se deben hacer transmisiones así, a lo loco, ni ponerse a inventar cosas raras. Desde entonces todas las emisoras tenían su planta de emergencia.

El gran radiodifusor venezolano Veloz Mancera fue uno de los pioneros de la radio, tanto que con sus propias manos hizo muchas cosas que hubiera costado un dineral traer desde Estados Unidos; también se las ingenió grandemente en cosas relativas a la electricidad. Se propuso crear Ondas Populares, y lo hizo, pero como no tenía dinero para construir los estudios radiales construyó las paredes con cartón y por dentro puso coleta de yute, con lo que el sonido le quedó fabuloso. Recuerdo que para llegar hasta la emisora íbamos en autobús hasta la calle 14 de El Valle, y de ahí caminábamos todos los días un kilómetro y medio, subiendo una colinita.

De los que colaboraban con él, recuerdo a Polanco Maristani y a Antonio Lauro... Yo inauguré Ondas Populares, en Los Jardines de El Valle, pero después me fui al centro otra vez, porque el dueño del periódico *La voz de la esfera*, el señor Sueggard, quería montar una emisora de radio con el mismo nombre. Yo fui como locutor, pero hacíamos de todo, hasta barríamos los estudios si había necesidad, porque en esa época éramos muy pocos los radiodifusores. De allí pasé a inaugurar Radio Tropical, en los altos del Teatro Ávila.

Radiodifusora Venezuela fue la segunda emisora que se fundó en Venezuela; la primera fue Ayre, que apenas duró dos años, porque no tenía nada. Había que pagar una cuota mensual para mantenerla, hasta que el señor Williams Phelps, quien tenía grandes comercios, se dio el lujo de costear los gastos y los anuncios eran la

publicidad de los productos que vendía en sus almacenes: Frigidaire, los RCA Victor, Ford –él trajo los primeros automóviles Ford... Luego salieron las emisoras del interior del país. A mí siempre me llamaban, porque como yo cantaba y los ayudaba en asuntos de locución, me invitaban de Ondas de los Médanos, Ondas del Lago, Ecos del Torbes, todos me pedían que estuviera en las inauguraciones, y al final, esas resultaron ser las experiencias más bellas de mi vida profesional, porque la gente me hablaba de cosas bonitas, me invitaban a las reuniones familiares y a mí me encantaba que me dijeran qué pensaban de la radio, que si a tal protagonista se lo imaginaban joven y en realidad era de una cierta edad, o era calvo y lo pensaban buenmozo, que si la escenografía era así o asá, con un caminito lleno de nardos y margaritas... esa sí es una manera de sacarle provecho a la radio. Eran muy pocas las personas que tenían aparatos de radio, por eso se reunían grupos familiares completos para escuchar los grandes programas radiales.

Esos fueron los comienzos de cómo la gente se decidió a escuchar la radio, hasta que salieron las grandes compañías a hacer comedias como *La familia Santa Teresa*, que era una comedia costumbrista. El público llegó a querer tanto a los personajes, que cuando había una boda en la ficción, se recibían montones de regalos para los novios. Y cuando nació el primer hijo, le mandaron regalos, cobijitas, sonajeros... El comienzo de la radio fue muy simpático, muy agradable.

De los programas musicales recuerdo que en 1937 vino la Leuona Cuban Boys, una de las primeras grandes orquestas que llegó a Venezuela. En 1940 le tocó el turno a Mingo and his Happy Kids, con la vocalista Olga Guillot, que en aquel entonces no tendría más de unos 15 ó 17 años. En 1939 llegó Billo directo a Maracaibo con la Billo's Happy Boys y, al año, el señor Sabal lo contrató para que se presentara en Caracas, y fue cuando le cambió el nombre por el de Billo's Caracas Boys. Ahí empezaron los grandes programas de radio con las grandes orquestas.

CÉSAR PINTO

Todo tiempo pasado fue mejor



César Pinto fue, en mi opinión, una de las voces clásicas de la radio. Comenzó en los años 50 y estuvo vigente hasta el último día con Los grandes del espectáculo, todos los domingos. Entre los años 60 y 70 fue el gran locutor de cuñas; la lista de los comerciales que hacía es increíble, las empresas de mayor prestigio le confiaban su publicidad. Era también un excelente locutor de noticias: fue uno de los últimos que trabajó en El Reporter Esso también hacía los noticieros en Radio Uno y tenía programas en Radio Capital y La Ruta Capital. Su programa más querido quizás fue Venezuela de Oro, en Radio Uno, y que después pasó a RQ910.

César era un apasionado de la música venezolana y se empeñó en difundirla; también entrevistó a grandes personajes de todos los campos y hasta llegó a pensar en la posibilidad de publicar esas entrevistas en forma de libro, donde estarían sus conversaciones con Torrealba, con cualquier pelotero y todo tipo de personas destacadas. Venezuela de Oro fue una de sus grandes satisfacciones.

César se convirtió en nuestro gran colaborador, alguien a quien le debemos mucho. El me ayudó con el libro Cuentos y Recuentos de la Radio, en la Cátedra de Radio y en el Museo de la Radio. Además fue jurado del Salón de la Fama, donde estará muy pronto porque fue verdaderamente un locutor radial estelarísimo.

O.Y.

A partir de los años 40, comenzó la época de oro de la radiodifusión en Venezuela, que duró aproximadamente unos 17 años. Ya en 1957 comenzaron a desaparecer aquellos programas de gran

factura, programas que al ser recordados con la intención de hacer una simple comparación con la programación actual, evidencian una colosal distancia en calidad y ejecución o puesta en escena. Es allí donde podemos decir que “todo tiempo pasado fue mejor”.

Los programas de la época más añorada, la de los años de oro de la radio, aún hoy conservan su magia, su encanto, su efluvio sobre la población de Venezuela. Desde que nació, en 1930, Radio Caracas se convirtió en la emisora de mayor proyección artística y comercial de aquella época feliz y fascinante. De los personajes de antaño que quedan vivos puedo nombrar a Abelardo Raidi y a Cecilia Martínez, quienes participaron como actores y cantantes.

Recuerdo una serie de espacios de primera, con orquestas, conjuntos, tríos y bandas que hoy sería imposible repetir, no sólo por la pionera Radio Caracas Radio, sino por cualquier otra emisora como Radio Continente, Radiodifusora Venezuela y Radio Tropical. Los shows musicales tenían el nombre de la orquesta y es así como, al abrir el baúl de los recuerdos, comienzan a salir Luis Alfonso Larrain y su Orquesta, Billo's Caracas Boys, Aldemaro Romero y su Orquesta, Chucho Sanoja y su Orquesta, Alberto Muñoz y la Tremenda, Vicente Flores y sus Llaneros, Pedro José Belisario y su Orquesta, Kurt Lowental y su Órgano, El cuarteto Caraquita, Juan Vicente Torrealba y sus torrealberos, Los Antaños del Stadium y La Banda Marcial Caracas. Esas orquestas y conjuntos originaron aquellos “programas shows”, tales como *El té danzante*, con Luis Alfonso Larrain y su Orquesta, con la voz melodiosa y edulcorada de Marco Tulio Maristani y la parte alegre, pimientosa, excitante de Elio Rubio, o de Elisa Soteldo con sus bellas canciones en portugués o, mejor dicho, en brasileño, para estar en la onda de la gran estrella Carmen Miranda.

La orquesta de Luis Alfonso tenía un sello inconfundible, una marca impuesta por la personalidad de su director. Ante todo era una música muy elevada, como elaborada para una clase social elegante, con distinción y donaire. Su show se presentaba en la tarde, a eso de las 6, él era el mago de la músicaailable. La orquesta fue fundada casi al final de la década de los años 30, con 23 músicos más o menos que, vestidos de azul, tocaban en el Club Paraíso y en las grandes residencias la música americana, un *stardust o beguine –the beguine–* o bien un fox o un swing como si se

ra de una orquesta norteamericana. Ese era su sello, pero también y aunque parezca increíble, Luis Alfonso concibió la idea de introducir el merengue venezolano dentro de la sociedad caraqueña monolítica, pétreo, medio amurallada para esa época, acostumbrada a bailar un tipo de música más elaborada que el merengue nuestro. Pues bien, Don Luis introdujo "El cigarrillo" y tronaban los metales y respondía la voz del solista y luego el coro: "Un saludo, un cigarrillo,/ un abrazo, un cigarrillo,/ para preguntar por tu hermana/ hay que dar un cigarrillo". Este merengue se popularizó en su programa *Té danzante*. Poco después, la orquesta de Luis Alfonso fue contratada para realizar *Sonrisas Colgate*, por Radio Caracas Radio, que comenzaba así:

Locutor

*La Crema Dental Colgate
Que al mal aliento combate
Presenta Sonrisas Colgate*

Entraba tema de orquesta alegre, arriba

Locutor

*Anima para ustedes Guillermo Rodríguez Blanco,
actuación especial de Charles Barry,
con el cuadro humorístico Colgate
bajo la dirección de Tomás Henríquez.*

Tenemos que tomar en cuenta que el merengue venezolano era como un reflejo del acontecer caraqueño, de la manera de ser del caraqueño de hace varias décadas. Las crónicas dicen que este tipo de música fue rescatada por el gran musicólogo venezolano, el maestro Vicente Emilio Sojo, quien lo trajo desde Puerto Cabello a Caracas, lo pulió, le puso maquillaje y un traje nuevo, y es ahí cuando aparece la historia propiamente dicha del merengue criollo que no tiene nada que ver con el merengue dominicano. Como dice Aldeamaro Romero, el merengue nuestro presenta una quinta nota, la cual se alarga para darle cadencia a la forma musical que es propia del merengue *rucaneao*, sabrosa para menear las caderas y pulir la hebilla sobre un ladrillito... Pues bien, fue Luis Alfonso Larrain quien

le dio gran vigencia al merengue venezolano, según la historia que publicó su propio hermano en el libro *Mi hermano Luis*.

Algunas personas dicen que existía cierto antagonismo entre Billo Frómata y Luis Alfonso Larrain, pero no es verdad; no lo había, no había nada personal, en todo caso era una rivalidad musical, porque sus orquestas eran las dos grandes que acaparaban la simpatía y la admiración del público. El programa *¡A gozar muchachos!* duró muchísimo tiempo en el aire. Era una producción diaria de media hora en Radio Caracas Radio, con la orquesta de Luis María Frómata (Billo), animación del Musiú Lacavalériè, locución de Henry Altuve y Jesús Adolfo Maldonado y el patrocinio de General Electric. El esquema del programa era el siguiente:

Locutor (Musiú en vivo, en seco)

¡A gozar, muchachos!

Tema musical vibrante.

Musiú Desde Caracas, la ciudad de la eterna

Primavera, y por Radio Caracas Radio,

¡A gozar, muchachos!, con la Billo's Caracas

Boys, la orquesta más popular de

Venezuela. Con Manolo Monterrey, "el

cyclón antillano" y el trovador de la radio,

Rafa Galindo...

Orquesta Primer número musical.

Pues bien, a partir de 1945, Billo tuvo programas musicales muy importantes como *¡A gozar, muchachos!*, cuyo tema es un bonito vals venezolano que él mismo adaptó para que sirviera como presentación de su orquesta, con arreglos del trompetista Cecilio Compré, quien se inmortalizó al tocarlo porque nadie más, nunca más pudo hacerlo como él. En este programa, que era sólo para ellos, estrenaban los arreglos que hacía Billo y de allí en adelante comenzaba la promoción de su música. Así se estrenaron "El muerto 'e las Gradillas", "La burrita de Petare", "Caminito de Guarenas", "Noche de mar", "Nocturnal", "Los cadetes" y cientos de melodías que hoy recuerdan varias generaciones. Duró unos 15 años aproxima-

damente, pero fueron 15 años de creación de canciones populares nacidas de su talento.

Yo siempre digo que Billo fue un gran sociólogo y un gran geógrafo, porque conocía el carácter, la manera de ser, las costumbres y las actitudes del venezolano, así como todo el país, desde el punto de vista geográfico; de allí que sus canciones, sus sones, sus boleros, guarachas, etc., tengan un gran sabor criollo. Son muchos los pueblos y ciudades de Venezuela que plasmó en el pentagrama, como su agradecimiento a esta tierra de la que jamás se despegó y que logró querer tanto o más que a su tierra dominicana. Le cantó a Caracas, a Valencia, "Maracaibo mía", Cumaná, Maturín y a Barcelona, "Caminito de Guarenas", Barquisimeto, en fin, a todas. También recordó a Colombia, de donde tomó muchos ritmos como el vallenato y el porro, y se encadenó para siempre a muchos pueblos a los que llevó su orquesta de ritmo alegre y contagioso.

De Billo decía el poeta Aquiles Nazoa, "si Venezuela se hundiera alguna vez y quedaran los discos de Billo flotando, se podría reconstruir el país". Por eso yo digo que el maestro Billo era un sociólogo y un geógrafo. Días antes de morir nos vimos por última vez en su casa, allí le pregunté cómo hacía para componer tantas canciones, y me dijo: "Lo primero que hago es imaginarme la música, después que la compongo, hago el monstruo que es la poesía o la letra de la canción, y el último paso es acoplar la música y la letra, los tiempos musicales y las frases".

Bajo la batuta del maestro Billo pasaron muchos cantantes como José Luis Rodríguez, Felipe Pirela, Joe Urdaneta, Bobby Capó, Genaro Salinas, Alberto Beltrán, Mario Suárez y muchísimos más. Allí, en sus comienzos, se podían escuchar las voces del bolerista Miguel Briceño, y la de Víctor Pérez, guarachero alegre, jactancioso, entusiasta, que en sus duros comienzos como cantante fue "mabilero", trabajaba en un "mabil" donde adquirió destreza vocal y escénica, por lo que llegó con gran experiencia a la orquesta de Billo.

El "mabil" era un sitio nocturno con música alegre, adonde asistía el público a bailar y donde se pagaba un medio o un realito por pieza, moneda que se insertaba en la oreja y, al terminar la música, pasaba el colector cobrando la próxima. Funcionaba también como expendio de licores y de cariño. Muchos de estos sitios existían en

toda la ciudad y algunos se hicieron famosos, como los que existieron en el barrio de Muchinga de La Guaira, inmortalizados en la novela *La balandra Isabel llegó esta tarde*. Cuando esta novela fue llevada al cine, actuaron en ella Arturo de Córdova, Héctor Zaverce y Virginia Luque, gran estrella del cine argentino. Pues bien, en el "mabil" había expendio de cariño por parte de mujeres malas pero bien buenas.

El merengue era una música especial para el "rucaneo", eso que algunos llaman "pulir la hebilla" y que ayer le decían "bailar meniao". En cambio, el merengue dominicano es otra cosa y nació en Haití. La palabra "merengue" es una voz franco-haitiana, *merengué*, inspirada en el batido al revés y al derecho en el recipiente donde se fabrica el dulce llamado merengue o suspiro. El merengue dominicano se baila un tanto despegado; el nuestro, en cambio, se baila pegadito. El merengue venezolano nace del sentimiento de alegría, es festivo, dicharachero, es música urbana, de la Caracas que se fue. En ella, el pueblo satiriza ciertas costumbres, por eso digo que el merengue es del pueblo, no de la clase aita. Por ejemplo, "El chivo", "El cumaco de San Juan", "Carmen la que tenía dieciséis años", "La Ruperta", "Compae Pancho", "El manguero" y "El muñeco de la ciudad" es música citadina, propia de la ciudad que se fue. ¡Viva el merengue!

Luis Alfonso Larrain se vinculaba a un público más elitesco, a un target alto. Mucha de la gente de los años 50 decía que él hacía mejor música que Billo Frómata, quien apuntaba a un target más bajo. Ambos hombres eran tenaces, voluntariosos y perseverantes. Billo, por ejemplo, después de un baile se sentaba, pedía el nombre de los personajes más importantes y populares del pueblo, tomaba anotaciones y empezaba a tararear melodía tras melodía mientras llegaba al piano y ahí empezaba a armar la canción. Esas son las confesiones de su propia esposa, Morela, quien además decía que al día siguiente Billo estaba en la oficina para atender el negocio y transcribir al papel la canción en cuestión. Así era Billo, un hombre muy activo e inquieto.

Luis era muy parecido en cuanto a la tenacidad, perseverancia y creatividad. Su esposa Vivita me contaba que cuando era pequeño, tocaba el cuatro y sobresalía por poseer una memoria increíble. Me decía que Luis Alfonso era un prodigio, se aprendía las melodías interpretadas por la Banda Marcial en la retreta caraque-

ña y después tocaba en el cuatro las canciones de las películas que veía con su mamá cuando iba al cine los domingos.

Los otros grandes espectáculos de la radio venezolana fueron los shows musicales de la época de oro, por ejemplo, *Fiesta Fabulosa*, que era un espacio radial de audiencia total para Radio Caracas, cuando todavía no existía la televisión –desde 1945 a 1950, aproximadamente–. Allí se presentaba la orquesta de Billo con sus cantantes Manolo Monterrey, “el ciclón antillano”, y Rafa Galindo, entre otros. Pero, además, llegaron grandes estrellas de distintos países, como Leo Marini, Genaro Salinas, Carlos Julio Ramírez, Pedro Vargas, Tintán y su carnal Marcelo, Néstor Chaires, Fernando Fernández, Alfredo Sadel, René Cabel, “el mangoné criollo” y Bobby Capó. Ese programa era patrocinado por Colgate Palmolive y producido por René Estévez y su equipo. El cuadro de actores humorísticos contaba con Guillermo Rodríguez Blanco, Gadea Pérez, Cardona Moreno y cantantes criollos como Eduardo Lanz, “La Gitana de Color”, Mario Suárez, etc. Los locutores eran Pancho Pepe Cróquer, Raúl Sanz Machado, Henry Altuve, Musiú Lacavalière, Eva Blanco, las hermanas Pareja, el trío Armonía, Carmen Victoria y Amalia, y todos trabajaban con un enorme despliegue técnico. Era un show de gran altura al que sólo le faltaban las cámaras para ser un espacio de televisión.

En Radio Caracas la música criolla estuvo a cargo de Juan Vicente Torrealba y “los torrealberos”, con la participación de diferentes cantantes. Tenían un gran presentador, Pedro José Fajardo, recién llegado de la BBC de Londres. Todos ellos promovieron y propulsaron la música venezolana durante largo tiempo, dándole también un gran prestigio a Torrealba.

Dentro del espectro de los programas criollos bien elaborados hay que mencionar *Brindis a Venezuela*, por la emisora con cobertura nacional Radiodifusora Venezuela, ubicada en la caraqueñísima esquina de Cipreses. Este programa se realizaba en horas nocturnas con la locución de Foción Serrano, Pedro Monte y mi buen amigo Alfredo Acuña Zapata, con libretos de Víctor Vera Morales. Fue, indudablemente, un majestuoso programa de música venezolana, con la presentación de cantantes y ejecutantes colosales, lo mejor que se encontraba en el país.

Por esta misma emisora, que competía con Radio Continente, Radio Tropical y Radio Caracas, se presentaba un programa de

gran audiencia y prestigio que se llamó *La Caravana Camel*, que llevaba el nombre de su patrocinante, el cigarrillo Camel. "Camel en el aire/ Camel en el mar/ Camel en la tierra/ Camel donde quiera...", así presentaba el programa Antonio José Marcano, una estrella de primera magnitud en la locución de este país. Y con él trabajaban los artistas de todas las latitudes que acaparaban la simpatía popular. Ese era un programa que competía en calidad artística con *Fiesta Fabulosa*, *Cada minuto una estrella*, *Max Factor Hollywood*, con Aquilino José Mata y con Amador Bendayán.

Cada domingo se presentaba en la Plaza Bolívar de Caracas la Banda Marcial Caracas, que contó con varios directores, entre ellos su fundador, Pedro Elías Gutiérrez. Todavía recuerdo las transmisiones por radio los domingos por la noche, en la voz de Miguel Eduardo Vásquez Cárdenas, uno de los locutores mejor informados de este país. Esta banda conserva aún hoy en su repertorio partituras que tienen 110, 120 años, y según su actual director, hasta de la época de la Independencia. La Banda Marcial montaba su espectáculo a eso de las 8 de la noche y la transmisión salía por La voz de la Patria, que para entonces estaba en el Pasaje Ramella, a una cuadra de la Plaza Bolívar... ¡Qué bellas y señoriales eran sus interpretaciones! Hoy en día, la Banda Marcial no tiene la vigencia de aquellos años, cuando su escenario principal era la Plaza Bolívar de Caracas, alrededor de la estatua ecuestre del Libertador.

Otro show que merecía ser apreciado, porque tenía sus bases en la música urbana, era el de Los Antaños del Stadium. Aquellos eran 10 ó 12 hombres perfectamente vestidos y con sombrero de pajilla, que dirigidos por su director de siempre, Espinoza, interpretaban mucha música criolla desde el estadio San Agustín, donde cada domingo se jugaba pelota caribe. El valor de ellos reside en el esfuerzo por mantener vigente la música de la Caracas antañona, que ya no volverá, que se fue para siempre, pero que dejó un sabor especial de autenticidad. El béisbol de aquel entonces tenía un regusto muy especial por el "aliño" que le agregaba ese grupo musical.

TIRSO PÉREZ LEÓN

El gran libretista



Mucha gente se refiere a Tirso Pérez León como el segundo de a bordo, el sucesor de Carlos Fernández, quien está considerado el mejor escritor y libretista de todos los géneros en la época de oro de la radio. Yo creo que Tirso Pérez León no debe tener menos de 50 ó 60 años en la radio. Ha hecho todo tipo de libretos humorísticos, como Julián y Chuchín, La bodega de la esquina, El bachiller y Bartolo, El bachiller y Pancho, en fin, escribió muchísimo. Era escritor y libretista de programas musicales, de radionovelas y de libretos en televisión, e inclusive aún sigue trabajando para algunas radionovelas que se hacen exclusivamente en el interior. No sólo es uno de los más grandes libretistas, sino que perduró tanto tiempo, que ya es como una insignia, una emblema de lo que ha sido la producción radial en Venezuela.

O.Y.

Los comienzos de la radio fueron muy ilustrativos para los que en aquel entonces nos iniciábamos en la locución, actuación y producción de programas. Instintivamente escribíamos libretos e inventábamos efectos de sonido a fuerza de necesidad e ingenio. Por ejemplo, para una conversación telefónica de una radionovela, utilizábamos un vaso de los llamados de "casquillo", puesto a un lado de la boca. Así se producía el sonido apropiado de recepción de la voz. Más tarde, cuando de Estados Unidos llegaron textos y

folletos sobre la materia, vimos regocijados que en muchos casos habíamos acertado.

En programas como *La familia Periquera*, *La familia Bachipluma*, *La familia Caraqueña* y *Don Facundo Garrote*, se reflejaba el costumbrismo de la época y se decían las cosas de una manera distinta a la actual. Era como un legado histórico, como conocer a la Caracas antigua, con sus modismos, refranes y maneras de ser de los paisanos de entonces. Esos programas resultaban divertidos, exitosos y, al mismo tiempo, aleccionadores, ya que en ellos iba involucrada la conducta moral y el respeto, que era norma general en las costumbres de antaño.

Si tuviera que escribir ahora sobre costumbrismo moderno, primero me asomaría a la vida para ver cómo se hacen las cosas hoy en día. Tendría que pensar que antes, si uno estaba en un picoteo o baile, se acercaba a la damita que, inevitablemente, iba acompañada por su mamá, y cortésmente decía:

–Señora, ¿me permite usted bailar esta pieza con su señorita hija?

–Cómo no, joven –respondía la interrogada.

Actualmente las cosas son distintas. Ni siquiera es el hombre quien invita, hoy es Ella la que se le acerca y dice: “Oye chamo, ¿quieres menear el esqueleto conmigo?”. De todos modos me parece que sería muy curioso escribir sobre costumbrismo actual.

Una de las funciones sociales de los programas de humor era aleccionar a la audiencia radial sobre asuntos generales. Programas como *Julián y Chuchí*, *dos vivianes de postín*, *Joselo y Simón* o *El taxista maracучo*, que escribí para RCTV, se usaban generalmente para hacer sátira política. Para ello, la regla general era escribir de forma tal, que cualquier chiste basado en algún político tenía que ser agradable en primer término a ese mismo personaje. La verdad es que a veces abusábamos un poco, pero siempre lográbamos, sutilmente, poner en la mente del radioescucha lo que queríamos decir. *Julián y Chuchín* contaba con una sección titulada “Lo agarró el computador”: la gente escribía y nosotros escenificábamos el problema. Aún hoy los programas de humor sirven a los mismos fines y la sátira humorística es sumamente estimada. Ejemplos actuales son las magníficas presentaciones teatrales de *La Reconstituyente* y *El Pantalazo*, de Laureano Márquez, bien identificado con la sátira de actualidad nacional.

Pero no todos los personajes políticos aceptaban estas críticas.

Por ejemplo, el doctor Rafael Caldera, cuando era Presidente de la República, no permitía que lo imitaran. Esa fue la ruina de Pepeto, uno de los buenos imitadores de ese presidente, y tampoco Laureano Márquez podía imitarlo. En cambio, Carlos Andrés Pérez y Luis Herrera Campíns llamaban de pronto a la oficina de Julián Pacheco, diciendo: "Le habla el Presidente de la República ¿qué pasa que hace días que no me echan bromas por radio? Hace días que ustedes no me nombran..." A Luis Herrera Campíns le encantaba que lo imitaran, sobre todo cuando se finalizaba con la frase de rigor "Oye, ¿tienes por ahí un toronto?". Pero Caldera no permitía que lo imitaran ni en radio ni en televisión. Peor para él, pues cuando salió de la presidencia, los cómicos se desquitaron.

El público se pregunta: ¿de dónde sacan los humoristas los chistes? Los chistes brotan del ingenio popular o son lucubrados por la habilidad constante del humorista, apegado a los juegos de palabras, a los contrastes y dichos en boga. Por ejemplo, yo hice un programa en el que uno de los actores decía que el Presidente de la República estaba en contra del Himno Nacional. "Pero eso no puede ser", decía el interlocutor. "Explícame, ¿por qué el Presidente puede estar en contra de nuestro Himno Nacional?", "Pues, porque el Himno dice 'Abajo cadenas', y él, cadenas por la radio, cadenas por televisión, y cadenas por aquí y cadenas por allá, y no le hace caso al Himno".

Es así como aflora el humorismo. Pero, en esta época ocurren cosas insólitas con los programas de humor. En un país donde se supone que existe la libertad de expresión cortaron, *La Reconstituyente*, que comenzaba a transmitirse por televisión. No hubo explicaciones ni nada. La borraron de un plumazo, pero, como diría el inefable Oscar Yanés, ¡Así son las cosas!...

ABELARDO RAIDI*

Un hombre del béisbol



Abelardo Raidi jura que él es el personaje vivo más antiguo de la radio. Empezó en la Broadcasting Caracas en 1931, o en 1932, más o menos en la misma época que Cecilia Martínez. Ellos siempre discuten sobre quién empezó primero, pero Abelardo asegura que fue él.

El tío de Abelardo tenía una empresa, Anuncios Raidi, con la que empezó a hacer publicidad en Radio Caracas; más tarde fundó su propia estación, muy exitosa por cierto, Radiodifusora Venezuela, junto con los

Degwitz y los Siblesz, que competía directamente con Radio Caracas.

Abelardo recuerda que le costó mucho sustituir al gran narrador de noticias Francisco Fossa Andersen, en El Diario Hablado, y a Alfredo Cortina en El misterio de los ojos escarlatas y en la comedia Santa Teresa. Pero después se dedicó a ser narrador de béisbol y fue delegado deportivo; dirigió la primera representación venezolana que viajó a Cuba, cuando Venezuela ganó la Primera Serie Mundial de Béisbol. Sus éxitos como narrador fueron tales, que compitió con Pancho Pepe Cróquer y con las grandes figuras de la profesión. Más tarde comenzó en la prensa con su columna "La pantalla de los Jueves", que en 2001 cumplió 60 años. También estuvo en la televisión, en el Canal 2, con el programa El Pent House, a las 10 de la noche, donde se presentaban cantantes, políticos y artistas con mucho éxito.

Todos saben que Abelardo es un gran admirador de la belleza femenina

* Abelardo Raidi falleció el 27 de Enero de 2002.

y también un gran promotor del turismo nacional y extranjero, que pertenece a los círculos internacionales del turismo y de deporte. Es, realmente, uno de los grandes pioneros.

O.Y.

Yo soy el decano de la juventud en este país, y quizás el personaje vivo más viejo de la radio. Comencé en el año 1934 en la Broadcasting Caracas. Nací en Valencia, y allá por los años 30 ó 31, comenzaron a transmitirse algunos juegos de béisbol. Me considero un hombre del béisbol. Empecé de muchacho y mi dedicación especial en los juegos era ponerme ese aparatito y sufrir lo que nadie se imagina, porque apenas oíamos y perdíamos los *innings*.

En sus comienzos, la radio era un asunto de los aficionados a las transmisiones. El pionero fue Edgar J. Anzola, quien era el gerente general del Almacén Americano, que importaba los radios RCA Víctor. El establecimiento estaba situado de Pajaritos a La Palma, y en la planta alta estaba la emisora. Para nosotros poder llegar, teníamos que subir por una escalera de caracol de hierro. En aquel entonces se actuaba en vivo, porque no existían las grabaciones.

Yo llegué a Caracas con una pasantía de La voz de Carabobo, de Valencia. Venía a estudiar, pero me pasó lo mismo que a la Virgen María, que sus amigas decían que ella estaba un poco triste porque su ilusión era tener una niña, y la ilusión de mi madre era que yo fuera abogado. En Caracas, un tío mío, que se llamaba también Abelardo, tenía un programa en la Broadcasting Caracas, y ni bien llegué, me puso frente al micrófono y allí me quedé. Se me olvidaron los estudios, se me olvidó todo y me quedé en la radio. Ese programa, que iba de 9:00 a 10:00 de la noche, con la orquesta de Luis Alfonso Larrain, fue mi comienzo. Por cierto que esa era una de las ocho orquestas que él tenía, que en realidad era siempre la misma orquesta, pero con distintos nombres.

En aquel entonces, la radio funcionaba de 6:00 de la tarde a 10:00 de la noche, durante el día no había transmisión. *El Diario Hablado* salía al aire de 6:00 a 7:00, después venían otros programas de la estación, y de 9:00 a 10:00 estaba el programa de mi tío. Entonces yo era el presidente de los *Programas Raidi* –por cierto, el programa de mi tío no tenía nombre, y yo se lo puse; a mí me encanta poner nombres, por ejemplo, se lo puse al Parque Central, al Hotel Concorde.

Después empecé a narrar juegos de béisbol. Recuerdo que había un narrador muy simpático que dejó un montón de amigos, Esteban Ballesté, quien se montaba en una escalera para robarse las transmisiones; lo mismo que hizo posteriormente "El Negro" Prieto, con Pancho Pepe Cróquer, quien se robó una transmisión en Maracaibo de una serie internacional. Y digo esto, porque a raíz de ese juego en Maracaibo, donde nos robaron una transmisión, hicimos un alegato ante el Ministerio, que estableció como cosa de ley que cualquier espectáculo, para ser transmitido, tenía que tener la autorización de las empresas que ofrecían el espectáculo. Y de ahí viene lo que llaman los derechos de transmisión que se utilizan hoy en día.

En aquellos tiempos, las radionovelas tenían un éxito enorme, como la comedia *Santa Teresa*, que competía con *La familia Buchipluma*, en la que trabajaba toda la familia Guinand, desde Rafael hasta sus dos hijas. Era un programa que tenía un éxito bárbaro, tanto, que en esa época los Phelps se lo llevaron y se acabó. Se transmitió por Radiodifusora Venezuela y allí surgió mayormente el éxito de las novelas de Broadcasting Caracas.

El misterio de los ojos escarlata era una comedia que trataba sobre Guayana. Yo actué en las novelas como extra, nunca fui una estrella, pero me daban muchos personajes criollos porque los hacía muy bien. Después trabajé en otra novela, *Sir Walter Raleigh*, que también tuvo un gran éxito. Esa era la época de las radionovelas, en la que nos pagaban 5 bolívares por noche. Con 5 bolívares se hacían muchas cosas, porque, por ejemplo, una arepa costaba 1 real.

Las grandes artistas eran Cecilia Martínez, Carmencita Serrano, Conchita Ascanio, Fedora Alemán —una cantante lírica muy famosa—, Carmen y Margot Antillano, muy buenas actrices las dos, que formaban un buen grupo porque tenían más sentido teatral para la radio, mejor que los actores. Las Guinand, sobre todo, me parecían extraordinarias. Aunque cambiaran las novelas, seguían trabajando las mismas actrices y actores de siempre.

Los domingos, la Broadcasting transmitía de 8:00 a 11:00 *Venezuela Dominical*, un programa que improvisaban Mario García Arocha y Alfredo Cortina. Era muy divertido, porque los dos eran escritores; Alfredo, por ejemplo, se sentaba, escribía un párrafo y él mismo se iba a actuar. Al rato regresaba Mario, escribía su parte y cuando terminaba, iba a actuar otra vez. Era una comedia sobre

viajes por el país, itinerarios imaginarios a Europa, pero salía muy simpática; allí también trabajé yo.

Esa era una época muy especial. Como no había televisión, la radio era muy importante, y se puede decir que era muy romántica en el sentido de que los locutores eran conocidísimos y tenían sus fans. Las llamadas telefónicas que nos hacían eran extraordinarias, las oyentes no sabían que hablaban con tipos feos como yo. Pero “engolillábamos” la voz y todas esas cosas, y terminábamos por hacer citas y cosas de esas; yo nunca quería hacerlas, porque sabía que iba a fracasar.

Luego vinieron las transmisiones de béisbol y entramos en la época de la onda corta, que yo creo que ya no existe. La onda corta es importante, porque los medios de comunicación son fundamentales en la vida del país y en la vida política. A Isaías Medina Angarita lo tumbó la radio, no lo tumbó Marcos Pérez Jiménez. Yo soy fundador de *El Nacional*, el periódico quedaba de Pedrera a Marcos Parra, cerca del Palacio Miraflores, y en la época de los runrunes del golpe militar yo tenía un Telefunken para tomar la onda corta, que nos permitía oír perfectamente las emisoras de Venezuela. Cuando empezaron los rumores, yo empecé a tomar las estaciones La voz de Carabobo, La voz de San Cristóbal, la del Táchira, Radio Torbes –creo que se llamaba Ecos del Torbes–, la de Cumaná, en fin, empecé a tomar a todas las emisoras del país. Y en todas decían lo mismo: “Estamos con el general Medina, contra los facinerosos...”, pero todas eran igualitas. Y de pronto por la esquina de *El Nacional* pasaron unos 10 camiones de soldados gritando “¡Viva Medina!”. Venían de Miraflores, lo que quiere decir que Medina todavía estaba en Miraflores. Pero de pronto se me ocurrió poner a Broadcasting Caracas, y un teniente dijo que tenían preso a Medina, que había ganado la revolución, lo que no era exacto, y empiezo a cambiar de nuevo a las estaciones del interior. “Estamos con la revolución, contra el dictador Medina...”, lo cual significa que lo que tumbó a Medina fue la radio. Lo mismo que pasó con Carlos Andrés Pérez, que si no fuera porque tomó Venevision, el golpe de Estado hubiera triunfado. Y es que los medios de comunicación son definitivos a la hora de tumbar gobiernos. Por eso ahora, en momentos de conflicto de ese tipo, lo primero que hacen las autoridades es enviar tropas o a un grupo de oficiales a cuidar los medios de comunicación. Hoy en día, más

que a la radio, cuidan mucho a la televisión, porque es un medio muy penetrante y peligroso en caso de un golpe.

Las primeras transmisiones de los juegos de béisbol las hizo Esteban Ballesté. También transmitían Alberto Winckelman, Ricardo Espina y Edgar Anzola. Esas eran transmisiones muy limitadas, porque no tenían extensión nacional, sino que se circunscribían al centro. Quizás yo haya sido el inventor de las cadenas, porque Radio Rumbos se oía en todas partes, tenía una fuerza tremenda, con una repetidora en Villa de Cura. Entonces yo tomé el circuito Magallanes, contraté 21 emisoras en todo el país que se enlazaban por onda corta o por vía telefónica, y así inventé las cadenas, que hoy en día existen en todas las transmisiones de béisbol, para llegar a todas partes.

Aparte de locutor deportivo, yo he sido locutor comercial y además actuaba en las comedias como extra. Cuando surgieron las primeras transmisiones por la tarde, *Programas Raidi* tenía una hora de 5:00 a 6:00. Eran espacios de corte romántico, así enamoré yo a mi mujer, poniendo canciones románticas. En esa época actuaban también artistas nacionales durante un cuarto de hora, y le pagábamos un fuerte a cada uno. Ahí actuó "El Negrito" Chapuzó y el pianista Damirón, ambos dominicanos; cada uno ganaba un fuerte por actuación, aunque hace poco a Damirón le pagaron aquí en la televisión 5.000 dólares por semana. Esa era la época de Espín Guanipa, de Marco Tulio Maristani, a quienes les pagábamos 5 bolívares por un cuarto de hora de transmisión.

Un día vi a un joven, que aunque no era músico, se la pasaba todo el día en la Broadcasting Caracas con una guitarra. Era un vendedor de autos que siempre quería hacer algo, cantar o lo que fuera. Lo cierto es que un buen día me falló un músico y yo le dije: "¿Quieres entrar a tocar en su lugar?". Y así comenzó su carrera Víctor Saume, quien después fue mi locutor comercial en *El diario hablado*. Esto sucedió cuando Francisco Fossa Andersen, quien para mí fue la mejor voz de la radio, tuvo que irse a Japón, yo me hice cargo del programa y Víctor hacía los comerciales. Él también fue mi locutor comercial en el béisbol y de pronto surgió su gran popularidad televisiva con *El show de Víctor Saume*. En radio no tenía mayor significación, en cambio en la televisión se convirtió en todo un éxito que la gente aún recuerda.

Para aquel entonces yo iba mucho a Cuba, era el jefe de la dele-

gación que ganó el campeonato mundial de 1941. A mí me vestía el mejor sastre de La Habana, que me cobraba carísimo; un frac que me hizo me costó 215 bolívares... Víctor Saume se enamoró de un saco mío a cuadros que se ponía una y otra vez y se miraba en el espejo. Un buen día me hizo una proposición "indecorosa": "Te cambio mi Lincoln Zephyr por tu saco y 800 bolívares", entonces yo saqué la chequera, le di los 800 bolívares, y me llevé el carro. Fue el primer automóvil que tuve en mi vida.

Mi recuerdo más importante como locutor de radio es con Oscar Eduardo "El Tuerto" Rickel. Transmitíamos por Ondas Populares, emisora que fundó Alfredo Cortina con Mario García Arocha, donde está hoy Radio Caracas Radio. En esas instalaciones, frente al antiguo hipódromo, estaba Estudios Universo, y yo, que era locutor comercial, ganaba la extraordinaria suma de 60 bolívares semanales. Bueno, por Caño Amarillo llegó Carlos Gardel en tren, que venía de La Guaira, y me tocó a mí transmitir la llegada. La gente estaba tan entusiasmada, que en su euforia, cuando se acercaba el tren, me tiraron del andén a los rieles. Yo me puse a gatear hasta que por fin no me arrolló el tren, y pude transmitir la llegada de Gardel. De allí lo acompañé hasta el Hotel Majestic, muy bello por cierto. Pero después me quedé muy triste, porque a la puerta de su habitación estaban dos rubias imponentes, y vi cómo entraban con él y nos dejaban a nosotros fuera.

Otros recuerdos que tengo están asociados a las transmisiones de béisbol y a Pancho Pepe Cróquer, quien era un magnífico locutor. En esa época los grandes locutores éramos Pancho Pepe y yo. Él me dijo un día: "Me están ofreciendo 500 bolívares por juego". Para dar una idea de lo que era esa cantidad de dinero, puedo decir que yo desayunaba todos los días con una arepa grandota de maíz *pilao*, con mantequilla danesa Braun y jamón planchado, y pagaba en total un real (0,50 centavos), y el almuerzo me costaba 2,50 bolívares, 3 bolívares en total entre el desayuno y el almuerzo. En aquél entonces había un actor sobresaliente que era Carlos Fernández, quien inventó *La familia Bachiplma*, de la cual fue coautor y que resultó un gran éxito, tanto, que la Broadcasting Caracas se lo llevó como magnífico libretista y actor.

Alfredo Cortina era también uno de los grandes actores radiales, era el galán de *La familia Santa Teresa*. Cuando se fue de la emisora, me dieron a mí el papel protagónico que él hacía. Sustit

tuir a una persona que hace un personaje determinado es lo más difícil del mundo, así que lo hice a regañadientes. Ricardo Espina y Edgar J. Anzola también eran actores, no tenían una escuela, eran improvisados, como era improvisada la radio de entonces, igual que Félix Cardona, quien tenía un papel cómico en *Frijolito y Robustiana*.

De aquella época, los mejores artistas eran Rafael Guinand y sus hijas Ana Teresa y Josefina. Las dos emisoras que había eran la Broadcasting Caracas y Radiodifusora Venezuela, que competían entre sí. Debido a que estaba imponiéndose la firma RCA Víctor en el Almacén Americano, la Philco montó su planta La voz de la Philco, que rivalizaba con la Broadcasting Caracas, sobre todo cuando surgió un gran actor cómico, Amador Bendayán, en el programa *El bachiller y Bartolo*, y después en *La bodega de la esquina*. Luego la Broadcasting Caracas se llevó a Amador.

Pero la radio, que en aquel entonces no tenía la competencia de la televisión, se quedó estatizada, durmiéndose en los laureles. Cuando surgió la televisión, la radio se dio cuenta de su propia importancia, y con las emisoras FM se despertó aún más la imaginación y la creatividad. Como antes no se contrataban artistas ni figuras, los productores de los programas metían 20 discos en un programa, conseguían unas cuñas y salían adelante. No existían los programas de corte político, ni de salud, no había nada de eso. La radio se desarrolló muy a tono con la época, y creo que ha progresado muchísimo.

ARTURO USLAR PIETRI

El método de enseñar a quien no sabe



A Arturo Uslar Pietri lo oía en mi infancia, en el programa El torneo del saber. El era uno de los grandes personajes que contestaban las preguntas de los oyentes o del público presente en el estudio. Lo disfruté mucho también por la radio en Valores Humanos. Aunque casi siempre la gente recuerda ese programa por la televisión, la verdad es que estuvo durante muchos años en la radio.

A Arturo Uslar Pietri se le conoce más como escritor y articulista, como uno de los intelectuales más completos de Venezuela y hasta como político, que como hombre del medio radial. Valores Humanos empezó primero en televisión, pero después al "Catire" Istúriz se le ocurrió hacerlo en Radio Mundial, y hubo un tiempo en el que sólo se transmitió por radio. Hoy por hoy, Uslar Prieti es un punto de referencia importantísimo en el ámbito cultural, tanto en nuestro país como en el extranjero.

O.Y.

Toda la historia de la humanidad, desde que el hombre es hombre, comenzó a tener formas civilizadas de vida cuando empezó la comunicación verbal del quién a quién. Hay que pensar que la radio se descubrió a principios de este siglo, que el telégrafo apareció en el siglo XIX y que antes no había sino la comunicación de boca a oreja, y que con esa comunicación de boca a oreja fue que se creó la civilización. En cambio, en los últimos 200 o 250 años, se han multiplicado los medios de comunicación de un modo verdaderamente asombroso.

Hoy en día, el mundo está sumergido en un océano de información que cubre todos los continentes y todos los medios. Ahora, uno tendrá que preguntarse: ¿para qué tenemos esos medios de comunicación, para transmitir basura o para decir tonterías? Esto explica lo que yo llamaría la responsabilidad del comunicador. No hay palabra baldía ni perdida. Para alguien, en algún momento, la tontería más grande que se pueda decir puede tener importancia. Nosotros no deberíamos utilizar los medios de comunicación sino con un fin concreto de comunicar, educar, ayudar y despertar curiosidad.

Toda la historia de la humanidad se creó con la ciencia, la literatura, la religión y, probablemente, el saldo de lo que hemos creado desde que tenemos estos medios es bastante flaco, si lo comparamos con todo ese pasado tan desprovisto de medios y con tan importantes resultados. Esa es, precisamente, una de las grandes contradicciones: el hombre está sumergido en un océano de información, que la misma tecnología hace muy confusa y muy difícil de precisar. ¿Qué quiero saber?, ¿qué quiero decir? Por otra parte, hay que tomar en cuenta que no hay comunicación gratuita, toda comunicación transmite una manera de pensar, implica tácitamente una acción y condiciona mentalmente al que lo está oyendo, de modo que no es inútil.

El venezolano moderno se ha encontrado en dos mundos difíciles de conciliar: lo que yo llamo la escuela y la antiescuela. Ahora bien, ¿qué es la escuela? La escuela es la educación formal y la educación formal en las escuelas es mala; hoy en día, la venezolana está entre las peores del mundo, y esto no lo digo yo, lo dice la UNESCO y lo dice Naciones Unidas, el nivel de educación venezolano es bajísimo. A pesar de que hay muchas condiciones que se han tratado de modificar, se ha logrado muy poco, porque hay muchos intereses y mucha gente que no entiende lo que eso implica. Pero luego está lo que yo llamo la antiescuela, que es mucho más poderosa.

De las cosas que ustedes saben, de las cosas que ustedes dicen, probablemente, la más importante de todas es la lengua, porque todo lo que conocemos está en palabras, y lo que no está en palabras, no podemos conocerlo o lo conocemos en una proporción mínima, de modo que uno de los primeros cuidados que un hombre debería tener es el cuidado de su lengua, enriquecerla, au-

mentar su vocabulario, tenerle horror a los comodines. Pero estamos metidos en esa antiescuela que es el mal uso del idioma. Hoy en día, el lenguaje hablado del venezolano medio debe ser uno de los más pobres del ámbito latinoamericano. Y al respecto es muy poca la información útil que dan los medios de comunicación.

Si uno se pone a pensar qué hubieran hecho los griegos con la televisión, o qué hubieran hecho los romanos, qué cosa hubieran hechos los hombres de la Edad Media, que crearon toda la Filosofía y todo el pensamiento del que estamos viviendo todavía, no lo sabemos. Porque ellos no tenían manera de llegar más allá de la gente que cabía en el aula o en una iglesia y, sin embargo, con eso crearon todo lo que tenemos. Pero a nosotros, en cambio, nos dieron los instrumentos más poderosos y no hemos sabido qué hacer con ellos.

Ojalá pudiéramos pensar que los medios de comunicación cumplieran con un papel educativo, decir cosas útiles, mejorar el lenguaje de los venezolanos. La mayoría de nosotros vivimos con vocabularios que no van más allá de dos mil o tres mil palabras, y normalmente en un día es posible que no usemos más de doscientas o trescientas palabras. Ni la radio ni la televisión nos ofrecen enriquecer nuestro vocabulario. De modo que lo primero que habría que hacer es involucrarnos en un gran esfuerzo nacional por enriquecer el vocabulario y la pronunciación. Uno de los grandes pensadores del mundo moderno, el filósofo alemán Wilkestein, decía que el tamaño del universo para cada hombre es del tamaño de su vocabulario. Los medios tienen la responsabilidad de conservar y mejorar el lenguaje de los venezolanos, la manera de expresarse del venezolano, la visión del mundo del venezolano.

Yo creo que la radio en Venezuela es un instrumento prodigioso mal utilizado, pobremente y negativamente utilizado. Yo he visto en mi larga vida a los cómicos de radio, que le han hecho mucho más daño al castellano que el que le pudiera hacer una conspiración internacional para acabarlo, porque es gracioso decir las cosas de mala manera, o mal dichas; la gente se ríe de eso y no se dan cuenta de que están destruyendo la cosa más preciosa que tienen, que es la lengua, la están acabando, se están empobreciendo y aislando.

La primera concepción que uno debe tener en la vida es que uno es ignorante. Yo soy un hombre muy ignorante, de ciencias

naturales sé muy poco, de matemáticas sé muy poco, de cosmografía sé muy poco; sé un poco de historia, un poco de mi propia lengua, un poco de la historia de la civilización a la que pertenezco, pero de biología sé poquísimo, de antropología sé otro poco y conozco unas cuantas lenguas vivas y muertas. De modo que si uno hiciera ese balance con uno mismo, muy sinceramente, de cuáles son sus fallas, cuáles son sus carencias, cómo se pueden llenar y cómo podemos ayudar a los demás a que las llenen, se tendría ya una posición muy positiva para ayudar a mejorar el nivel general.

Lo que uno tiene que pensar es que nadie sabe todo, ni siquiera la enciclopedia, pero que uno está obligado a saber lo más posible, de una manera orgánica, no dispersa, y preguntarse: ¿qué significa estar en el mundo de hoy?, ¿qué es el mundo de hoy? Esas son las que yo llamaría las luces de posición, para uno saber dónde está parado, porque si no, lo que está dando son pasos de ciego. Esa es una parte de la idea de que se es un gran ignorante, por lo que cada hora, cada minuto, es una oportunidad de aprender y, por lo tanto, de ser mejores.

Con respecto a los medios, no piensen en los sondeos de opinión, en lo que la gente quiere oír; fíjense mejor en qué es lo que la gente debería oír. Esa es una buena decisión, no es lo que la gente quiere oír porque quiere oír, si lo van a nivelar por el nivel más bajo y van a negar toda idea de progreso. Ahora que hay en la radio tantos programas de participación ciudadana, yo creo que es útil que la gente participe, que no haya hombres, por desprovistos que estén, que no tenga algo que decir o que no pueda hacer algo que tenga alguna significación. Sin embargo, pensar que la radio participativa es la solución, no es verdad. La solución es siempre la misma: una persona que enseñe a otra que no sabe. Ese es el método. Si ustedes, con el micrófono, les hablan a millones de personas en situaciones totalmente diferentes una de otra, la mayoría de ellos infinitamente ignorantes, ustedes pueden en ese ratito que encendieron el radio hacerles aprender algo útil, mejorarlos en algo, tentarlos a la curiosidad, afirmarlos en percatarse mejor de lo que pueden hacer para mejorar sus vidas y las de quienes los rodean. La importancia no está en que sea popular o no, probablemente, los programas populares son los más antieducativos que existen, de modo que sería trágico que llegáramos a eso.

Siglos atrás, la gente iba a divertirse al teatro a pie. Iban a unos

teatricos muy malos para oír a Shakespeare, que fue un autor popular de la Inglaterra del siglo XV. ¿Eran ellos gente superior a nosotros? Al menos lo eran en muchos sentidos, pero tenían la idea que el más alto nivel del mundo se le podía llevar a la gente más desprovista de educación y así lo hacían. Asimismo pasa con el Siglo de Oro español, con Lope de Vega, Calderón, esos eran autores populares y el mismo teatro muy populachero era de un gran poder, con obras como *La Celestina*, porque los hombres que hacían eso estaban haciendo lo mejor que podían hacer. No había un comercio envilecedor que podía vender cosas que son basura, a sabiendas de que eran basura y que no deberían pasarlas. Cuidar el idioma es el capital cultural más grande que tiene el hombre. No tiene sustituto. Los pueblos que hablan mejor son los pueblos más poderosos del mundo y los más importantes del mundo, los pueblos que cuidan su lengua como un tesoro colectivo.

Yo recuerdo que tuve muy incidentalmente algo que ver con la primera radio que se fundó en Venezuela. Se llamaba Ayre y ahí estaba un amigo mío de la infancia, ya fallecido, que se llamaba Rodríguez. Aquello era paupérrimo, porque realmente iban a contar cuentos, sobre todo se contaba mucho cuento, pero él tenía una especialidad que era tocar el serrucho. Un serrucho bueno, de buena calidad, si se sostiene entre las piernas y se dobla más o menos, y si uno lo toca como si fuera una guitarra, da un sonido de instrumento musical. Los primeros programas de radio que se hacían en Caracas eran con sonidos de serrucho, con un martillito.

La primera noticia que me impactó mucho fue cuando yo tenía siete u ocho años. Un día, caminando por la iglesia de Santa Teresa, yo no comprendía lo que estaban diciendo y es que oí a un hombre que dijo que se había declarado la guerra mundial. Era la guerra de 1914, yo tenía entonces siete años. Y recuerdo también haber escuchado por radio la noticia que el hombre había llegado a la luna.

Volviendo al tema de la educación, creo que en la universidad venezolana hay que cambiar muchas cosas. La universidad ha padecido muchos traumas pesados y uno de ellos fue la servidumbre ideológica. Una universidad no puede ser el centro de ningún dogmatismo, porque si es una casa de estudios dogmática, es una anti-universidad. Una universidad tiene que ser un recinto abierto, donde se conjuguen el pro y el contra de todo lo que se hace.

Esta institución debe ser el centro por excelencia de la libre discusión, de la libre investigación, de la duda. El gran instrumento del progreso del hombre ha sido la duda, como decía Descartes buscando una certidumbre: "Yo puedo dudar de todo, de lo único que no puedo dudar es de que estoy dudando, y si estoy dudando, pienso, y si pienso, existo". De modo que la universidad tiene que ser un lugar abierto y nada dogmático, no puede estar al servicio de un credo político, ni puede estar al servicio de una visión canónica de la historia, sino que tiene que ser ese lugar abierto donde todas las versiones se discutan y se debatan públicamente, porque es por allí que se puede llegar a la verdad o se puede llegar a un proceso educativo.

Hace dos siglos, la única manera de transmitir conocimientos era a través de la lectura o la palabra directa, pero después llegaron los medios de comunicación masivos. Vino la radio, la televisión, el cine; aparecieron medios que no existían hasta ahora. También existió el predominio de la palabra impresa, pero hoy en día existen los medios no impresos que son los más poderosos y los más constantes, y eso plantea una cantidad enorme de posibilidades y de peligros: la gente lee menos y el significado de la palabra escrita va perdiendo valor. Yo no digo que eso sea malo, puede ser muy bueno, pero siempre que no destruyan lo otro.

Sin embargo, creo que la gente, con el surgimiento de la Internet, se verá obligada a leer, porque esa es la gran biblioteca colectiva en la cual puede haber sonido, imagen y, sobre todo, texto. Ese es uno de los resultados inesperados de toda esta revolución comunicativa que representa Internet, está sirviendo para regresar a la lectura, para revalorizarla y reactualizarla.

Cuando me preguntan si el Estado confunde la libertad de expresión con la libertad de programación de los medios, yo contesto que quien programa no detiene la libertad. Ahora bien, yo no conozco al Estado, ¿quién lo conoce? El Estado es el funcionario de turno que está allí, con sus limitaciones, sus prejuicios, sus incapacidades y sus peculiaridades.

Yo soy el intelectual venezolano que ha hecho más trabajos para la televisión. Cuando apareció la televisión comercial en Venezuela, en 1952, me di cuenta de que ese era un medio gigantesco de comunicación y que los intelectuales debíamos utilizar ese medio, debíamos aprender a usar ese lenguaje, que es muy difícil, porque

la gente tenía la idea de que frente a un aparato de radio o a una cámara de televisión estaban diciendo un discurso, y eso es mortal. Ese señor que oye la radio o que ve la televisión, si se da cuenta que uno habla con lenguaje de mitin, apaga el aparato inmediatamente. En la medida en que uno le habla como le habla a dos personas, el oyente entra en el juego; eso lo descubrí yo muy temprano.

Cuando empezó aquí la televisión, yo pretendía tener un programa para hablarle a la gente, eso me dio un gran éxito. Así hice el programa *Valores Humanos*, que es un gran programa divulgativo, con imágenes y sonido, que empezó cuando no se grababa la televisión en Venezuela. Después, aprovechando todas las ventajas de la grabación y de los recursos técnicos, duró aproximadamente unos 30 años. Debí haber hecho alrededor de 1.200 programas televisivos. En los últimos 20 años se han grabado y se conservan en dos o tres emisoras, en la Biblioteca Nacional –que debe tener 240 ó 250 programas– y en algunos programas de radio.

CARLOS TOVAR BRACHO
El narrador deportivo

Carlos Tovar Bracho fue una de las voces deportivas más queridas del medio, porque le ponía mucho corazón a todo lo que hacía y demostraba tener un gran amor por su trabajo. Desde que éramos jóvenes, él y yo sentimos una gran admiración por Pancho Pepe Cróquer y por eso quisimos seguir sus pasos, pero mientras que yo no tenía voz, él logró llegar a ser excelente en su oficio, tanto, que hoy en día, cuando se habla de los grandes narradores de calidad, siempre se habla de Carlos Tovar Bracho, Delio Amado León, Pancho Pepe Cróquer y de Abelardo Raidi.

La suya fue una trayectoria interesantísima, porque transmitió en las épocas en las que no había béisbol profesional, pero hacía versiones por radio de los juegos de las Grandes Ligas. Después, siempre dentro de lo suyo, trabajó en televisión.

Carlos Tovar Bracho a mí se me parece a Pancho Pepe: además de ser un excelente narrador, tenía grandes conocimientos de béisbol y de boxeo. Ambos eran excelentes comentaristas. Hasta los mejores narradores necesitan a un comentarista a su lado, en cambio ellos sabían exactamente lo que pasaba en el campo de juego o sobre el ring y eso le proporcionaba un gran encanto a lo que hacían.

O.Y.

Yo quise ser comunicador social desde muy niño. Nací en Valencia, estado Carabobo, y mi familia se trasladó a Caracas en 1939. Desde pequeño, yo escuchaba las narraciones de Pablo Morales, del "Negro" Prieto y, más tarde, de Pancho Pepe Cróquer y de Abelardo Raidi. Yo quise ser narrador deportivo y ya cumplí 45

años desde que saqué mi título de locución y 40 de haber narrado como profesional mi primer juego de pelota.

Allá, por el año 1951, yo transmitía esporádicamente deporte aficionado en la capital de Carabobo. Posteriormente, en 1955, surgió un equipo de pelota profesional, el Valencia Industriales, que es el primer equipo que jugó fuera de Caracas, porque de los años 46 al 55 todos los juegos de pelota se centraron en los parques caraqueños; primero en el de San Agustín, después en el Universitario y, muy de vez en cuando, en el interior del país.

El surgimiento del Valencia Industriales me permitió obtener un contrato para trasladarme a Caracas, con una empresa llamada Laradiotel. Lamentablemente, a finales de 1955, falleció trágicamente Pancho Pepe Cróquer, el narrador deportivo número uno de Venezuela, y aunque no tuve la suerte de narrar con él, trabajé junto a otro grande, Abelardo Raidi. Entonces transmitíamos los juegos en Radio Caracas y en Ondas Populares, cuando éstos se realizaban en el extranjero, bien en la Triple A o en las Grandes Ligas. Desde Estados Unidos nos llegaban en clave Morse (por radiotelegrafía), el telegrafista nos pasaba un papelito con la jugada y uno la recreaba. Las transmisiones en vivo se hacían desde el Parque Universitario y cuando los equipos viajaban al interior, nosotros hacíamos versiones, preferiblemente el domingo por la noche. Con el tiempo, los juegos dejaron de transmitirse por radiotelegrafía y comenzó lo que nosotros llamamos el *boxscore*, que es lo que uno va anotando desde el comienzo al final del juego con una serie de símbolos.

Así llegó la época de las transmisiones en vivo. Las Grandes Ligas se comenzaron a transmitir preferiblemente por la *Cabalgata Deportiva Gillette* y, posteriormente, por onda corta gracias al esfuerzo de algunos de nosotros que fuimos al extranjero. Mi primera Serie del Caribe fue en 1960, en Panamá. Una famosa empresa, llamada Tropical Radio, era la que daba el servicio de la onda corta; uno alquilaba sus transmisores y aquí captaban la emisión deportiva en un radio receptor y la ponían al aire. Después se hicieron con los satélites y las líneas telefónicas, que antiguamente eran bastante difíciles de alcanzar y que hoy en día, con el desarrollo de la comunicación, se hace mucho más fácil.

En mis tiempos, los estudios de grabación únicamente tenían dos platos para poner los discos, que eran unas tortas grandísimas.

Para aquel entonces no habían grabaciones, sino únicamente la de los discos musicales. Después se empezaron a grabar con una aguja las radionovelas y algunos programas muy especiales. Hoy hay tantos botones en los estudios, que un día yo pregunté si se usaban todos de verdad, y me contestaron que sí. En esa época habían solamente un par de botones, se abría, se cerraba y listo. Los micrófonos eran grandísimos. En las fotos de los artistas de 30 ó 50 años atrás, se los puede ver con unos micrófonos que eran hexagonales, pero hoy en día los tenemos muy modernos, hasta inalámbricos.

Siempre que me preguntan por aquella famosa serie de Cincinnati y los Medias Rojas de Boston, en 1976, yo respondo que esa para mí no fue la mejor, porque yo trabajaba para un equipo que formaron Caracas y La Guaira, llamado Portuguesa, que popularmente se conocía como "Los Tiburones", y no tuve oportunidad de presenciar esa serie. La primera Serie Mundial que recuerdo con cariño es la primera que se transmitió por televisión, vía satélite. Radio Caracas Televisión trajo una parabólica y vimos la llegada del hombre a la Luna, y en el año 1969, yo transmití la Serie Mundial entre los Mets de Nueva York y los Orioles de Baltimore. Los Mets habían ganado en la semifinal a Atlanta, y el equipo de Baltimore había derrotado a Minessotta, donde jugaba César Tovar. Esa fue la primera vez que se jugaron semifinales, y luego vino la Serie Mundial. Esa fue la serie que recuerdo con más cariño, y la que más me emocionó.

Cuando comencé en 1951 en La Voz de Carabobo, estaba también Radio Valencia. Esas eran las dos emisoras tradicionales y después llegó Radio 810, que fue la revolución radial o radiofónica – como es la palabra correcta – en Valencia. Desde entonces y hasta 1953, trabajé con La Voz de Carabobo y posteriormente en Radio América. En las dos fui locutor de cabina, como decíamos popularmente, porque la programación de entonces era muy distinta a la actual. Aunque hoy en día las emisoras como KYS FM se especializan en algo específico, antes los programas eran de media hora, de un cuarto de hora y, normalmente, se dedicaban 15 minutos a la música venezolana, a la música argentina, a la música mexicana, en fin, de todo un poco. El programa estelar era a las 8:00 de la noche con una orquesta y cantantes nacionales o internacionales. Yo fui locutor de cabina, de guardia en la emisora, y ya en Caracas, me especialicé en el deporte.

Definir a un pelotero es difícil, porque hay diversas posiciones en el béisbol y quizás muchos han sido extraordinarios en lo suyo, como Juan Marichal, Miguel Cuéllar, ambos extraordinarios pitchers; en el short stop, el número uno es Luis Aparicio, quien llegó al Salón de la Fama. Venezuela ha tenido extraordinarios jugadores del campo corto, como Alfonso Carrasquel, David Concepción, y los muchachos de ahora, como Guillén y Vizquel. Entonces, es difícil buscar un símbolo del béisbol latinoamericano. Quizás, Roberto Clemente, a pesar de que no duró tanto como quisiéramos, debido a su muerte accidental. De los extranjeros, admiré mucho a Stan Musial, pero ese es el recuerdo de la infancia, del fanatismo de la infancia, cuando uno tiene un ídolo a quien sigue. En el caso mío fue Stan Musial y de los venezolanos admiré como un ídolo a Vidal López.

Ahora bien, cuando uno tiene un micrófono, tiene que recordar que no está narrando para un fanático del Caracas, del Magallanes, o del Zulia, sino que está transmitiendo para los fanáticos en general. Entonces, si uno se parcializa por algún conjunto, o cree que sabe más que la gente que pueda saber de béisbol, se está incurriendo en un error gravísimo. Hay que transmitir para todos los aficionados y darle la oportunidad al manager de que se equivoque, o que también tenga su éxito. Es muy distinto el análisis que uno puede hacer de cómo uno jugaría o empeñarse en que las cosas se deben hacer como uno prefiera. Yo siempre aconsejo a los jóvenes que todavía no tienen la experiencia que se cuiden mucho de esto, que estudien y que traten de no ofender nunca al público. Cuando uno toma una profesión, debe fijarse una meta: ser el mejor en esa profesión. Por eso la locución lleva consigo otros estudios, hay que estar consultando el diccionario a cada momento. El que no acepta consejos, no llega a viejo.

El circuito actual para transmitir el béisbol está conformado por la locución comercial, la de la narración deportiva, la de los comentaristas deportivos y la del numerólogo, aparte del técnico. En el caso específico del Magallanes, nosotros tenemos como comentaristas a John Carrillo, Dámaso Blanco y Carlos Feo. En la parte comercial están Víctor Córdoba, Otto Alejandro Moreno y Fernando Rodríguez Lira. Como narradores me acompañan Beto Perdomo y nuestro técnico Nico Sequera, aunque este año Radio Caracas también incluyó otro técnico para el aspecto nacional.

Quien conforma el equipo de transmisión es la empresa que contrata los derechos a los equipos. En este momento, el Caracas explota sus transmisiones con 1090; Magallanes lo hace con Radio Caracas Radio; Zulia, Cardenales y Caribes forman cada uno el equipo que va a transmitir; La Guaira contrató a Delio Amado León, Aragua tiene contrato con Boris Misright, que es quien compra los derechos de transmisión, y Pastora también tiene su propio equipo de transmisión.

En televisión es distinto. Las ligas le venden los derechos a una, dos o tres televisoras; en este caso hay dos o tres plantas nacionales y muchas regionales. Ese dinero se reparte entre todos los equipos cuando la transmisión es nacional, pero cuando es local el equipo se queda con el dinero.

Como la costumbre es hacer más radio que televisión, los narradores deportivos no asumen fácilmente el cambio de un medio al otro. En televisión creo que uno tiene que ser un poco más comentarista que narrador, mientras que en la radio se debe describir todo lo que esté pasando en el terreno donde se celebra el encuentro. Algo que es fácil de comprobar es que la televisión le dedica al deporte el último pedacito del noticiero; en cambio, la prensa le dedica un cuerpo entero y casi todas las emisoras de radio tienen programas deportivos, y si no lo tienen, pasan noticias deportivas en su renglón de noticias. Yo creo que cuando en televisión se tiene a un buen comentarista, a un buen narrador de noticias deportivas y a los patrocinadores, se le puede dar un espacio de mayor duración, porque eso es agradable. Además de Luis Manuel Fernández, José Visconti lo hace bastante divertido, con eso que llamamos "las locuras de José". En radio, muchos de mis colegas tienen espacios de media hora o hasta de una hora, y son espacios atractivos y con buena sintonía. Creo que con el tiempo, esto irá cambiando y, a lo mejor, algún día harán algún noticiero deportivo. Dios quiera que así sea.

En una oportunidad a mí me tocó estar al lado de Isa Dobles en un juego de béisbol. Luego estuve con Desirée Rolando, y hasta con Neyda Plessman hice algo de boxeo. Ellas fueron quienes intentaron abrir ese camino para las mujeres, pero por alguna razón no siguieron, aunque creo que algún día pudieran llegar ahí. Antiguamente no se veían muchas mujeres cubriendo el béisbol.

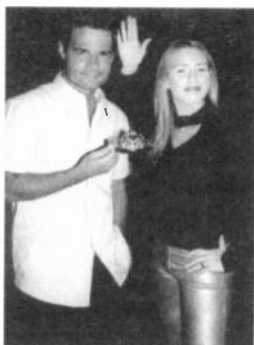
Con respecto al lenguaje que se utiliza para narrar, creo que es

muy difícil cambiar la tradición, castellanizar los términos en inglés que por tanto tiempo se han transmitido de generación en generación. En el fútbol hubo que poner en castellano la palabra "gol", que no pertenece a nuestro idioma. Hay una jugada en el fútbol que es el *offside*, que la han cambiado por "fuera de juego", pero esa es quizás un poco más fácil porque son dos o tres palabras. Sin embargo, nosotros nos hemos acostumbrado a decir *rolling, strike, safe...* En México cambiaron totalmente eso, ellos transmiten el béisbol en castellano y hasta puede resultar humorístico oír en nuestra lengua las palabras que usan para señalar determinadas cosas que nosotros decimos en inglés. Quizás pudiera ser un buen movimiento, pero veo difícil que se puedan introducir cambios de la noche a la mañana.

Cuando me preguntan cómo me siento mejor, si narrando por radio o por televisión, yo siempre digo que soy más un hombre de radio. La televisión ayuda mucho para la imagen personal, y es muy grato, después que uno transmite, que al día siguiente digan "ése es el que estaba transmitiendo ayer". Pero yo me he hecho en radio, y creo que mi parte final quisiera tenerla en radio, y no propiamente como narrador o locutor, sino como productor.

LUIS CHATAING Y ERIKA DE LA VEGA

Los animadores juveniles



A Luis Chataing lo relaciono con el resurgimiento de la radio juvenil y participativa, algo semejante a lo que inició años atrás Eli Bravo. Pero Chataing es mucho más irreverente, se mete con todo el mundo, echa chistes malos y se ríe a carcajadas. Ese es un tipo de radio que hacía falta, tanto, que Luis y Erika de la Vega hasta tienen algunos imitadores que, sin embargo, se diferencian de ellos en que caen en lo vulgar, irrespetan el lenguaje y hacen chistes obscenos en horarios de protección al menor.

Luis y Erika trabajaron juntos en radio y después lo hicieron en televisión. Ahora están en la radio cada uno por su lado, pero siempre en programas frescos y de buena calidad. La radio tiene que dar información, pero también tiene que dar alegría, entretenimiento y buena música, que es lo que ellos ofrecen. Aunque sus programas no son para todas las edades, tienen fans entre los 10, los 25 y los 30 años, que están encantados con los dos, por lo que creo que tienen una hermosa carrera por delante.

O.Y.

Luis Chataing

Yo creo que para trabajar en radio no existe una condición más importante que apreciarla, quererla, adorarla y saberse privilegiado de poder tener la oportunidad de estar en ella. Es por eso que me molesta tanto escuchar a la gente que no sabe lo que tiene en las manos, ni la oportunidad que se les presenta; también me due-

le por aquellos que lamentablemente pierden esa oportunidad y después se dan cuenta, cuando ya es tarde, porque están afuera.

Para el que trabaja en televisión, la radio es "la niña de oro". Es una oportunidad única de tener contacto con la gente, de recibir llamadas, de hacer consultas, de recibir un *feed back* inmediato; es lo más parecido a estar en la calle con un grabador, palpando y sabiendo qué es lo que está caliente y qué es lo que no está.

De mis comienzos en radio puedo decir que siempre tuve unas ganas enormes de comunicar. En un principio tuve And & And, que era una marca de franelas que me permitió comunicarme con el público durante mucho tiempo y a través de mensajes impresos. Un buen día me cansé de eso y de mi socio, me obstiné de todo y empecé a necesitar de medios como la radio o la televisión para dar movimiento a las cosas que quería transmitir. Para mí ya no era suficiente imprimir una frase en una franela que dijera "me gusta el tenis"; ahora quería manifestar el porqué me gustaba o cómo me gustaba, a través de unos personajes.

Primero trabajé en la televisión como productor, y luego en la radio, pero nunca proyectándome a mí mismo como un posible talento porque sufría de pánico escénico. Creo que el sentirse capaz de estar frente a un micrófono o de una cámara requiere de una cierta arrogancia o de algo como decir "yo puedo, yo sé que nací para esto". Cuando se comienza así, chiquitico, se prefiere manejar la cosa tímidamente desde atrás y si alguien va a poner la torta, que sea otro; uno escribe y el otro que la ponga.

Por una cosa o por otra, terminé en la emisora 92.9, que fue mi casa durante unos ocho años, y donde aprendí, me desarrollé y me llevé trancazos. Tuve la suerte de trabajar en un programa de medianoche que para mí ha sido la mayor oportunidad de mi carrera: *Tarde o temprano*, a las 12 de la noche, con Miguel Arias, quien me acompaña hoy en día en la mañana, junto a Fabiola Colmenares. Ella se sumó al equipo hace unos dos días y no tiene idea de cómo hacer radio, pero está cheverísima, y eso para mí es importante.

Así fue como comencé con el programa radial de la medianoche y tuve la oportunidad de experimentar. Yo creo que hoy en día, para hacer cosas interesantes en los medios de comunicación, hay que ser atrevido, hay que sorprender a la gente. Frente a un mundo repleto de Internet, de parabólicas, de sistemas por cable,

cada vez las ofertas son de más alta calidad, o puede que peores. Por lo menos yo recuerdo las cosas que me encantan y me sorprenden los programas que son malísimos y que quiero desechar, pero no recuerdo espacios mediocres. Por ejemplo *Sábado de Corporán* es malísimo, pero *Bitácora* es una maravilla, una joya; frente a una realidad como ésa, nosotros, como gente que trabaja en los medios, nos vemos obligados a hacer las cosas bien, a fabricar productos de calidad, porque si no, nos quedamos fuera del juego.

Como productor y como talento de radio y de televisión, a mí me gusta arriesgarme. Yo creo que los medios son hoy en día de aquellos que se animan a hacer cosas innovadoras, y el riesgo consiste en que puede que gusten o puede que no. Las audiencias son muy tradicionales, dentro de lo radicales que pueden ser. Nos acostumbramos a "este es el desmadre y el desmadre se hace de esta forma", y cuando viene alguien y nos enseña cómo el desmadre se puede hacer de otra manera, entonces nos resistimos. La medianoche se prestó para que pudiéramos hacer barbaridades en radio. Y cuando hablo de barbaridades, no hablo de abusos en radio, ni del lenguaje, ni del público. Para mí que todo es por temporadas. Inclusive en la mente de los creativos, todo es por temporada, la moda es por temporada, la música va y viene por temporadas.

Todos los que hacemos radio tenemos una deuda con Eli Bravo, o por lo menos es mi caso. Yo le debo la inquietud de querer hacer radio, y no sólo es un buen amigo, sino que además es un tremendo profesional. Me enseñó todo el rollo de la radio participativa, pero me di cuenta de que en un momento dado se desbordó la utilización de las llamadas telefónicas. Recuerdo un caso clásico de otro gran amigo mío, Guillermo Tell, cuando en su programa *La hora del Gato*, en pleno vaporón de todo esto de la radio participativa, la cosa se redujo a puras llamadas telefónicas al aire. "Bueno, a ver, patota, voy a tomar agua, si quieren llamar para preguntar qué tipo de agua es, si está fría o caliente, me llaman", hasta que eso se convirtió en un yunque. Entonces, cuando se abrió la posibilidad de hacer radio en las mañanas, lo primero que dije fue: "voy a trancar el micrófono lo más que pueda, no voy a permean las llamadas, en la medida de lo posible", "vamos a buscarle el provecho a las llamadas telefónicas dirigiéndolas un poco hacia un tono creativo, a la gente de allá afuera, que tiene muchísimo

talento". Yo estoy más que seguro que cuando Oswaldo Yepes dice que nosotros nos nutrimos del público, eso es cierto. Tanto Erika como yo viajamos por lo menos dos veces al mes a universidades de todo el país, hemos estado en foros por toda Venezuela, con muchísimo público asistente. Y vamos como unas esponjas y regresamos con miles de ideas y con contactos con gente que tiene muchísimo talento. Menos mal que ya tenemos trabajo, porque si no...

Cuando empecé en el horario de la mañana tenía la intención de preparar mucho y de escribir muchas cosas, y de llevar ese horario a la situación participativa, que yo juzgaba ideal para este tipo de programas. Hacíamos cosas como "vamos a recibir todas sus llamadas a través del número tal para que nos digan cuáles piensan ustedes que debieron ser los acuerdos alcanzados entre Jan Zeming y el presidente Chávez"; poníamos tres llamadas escritas por nosotros y así, la gente iba en su carro y escuchaba a una persona muy creativa, o supuestamente creativa, diciendo algo que tenía cierta maldad de contenido, y luego "ah, tenemos otra llamada", y era otro de los productores llamando. A la cuarta, ya se sabía para dónde iba el tiro y empezaban a llamar.

Hoy en día yo tengo a un escritor en la radio y en *Ni tan tarde*, el programa de televisión nocturno. Es Víctor Ochoa, uno de los talentos más impresionantes que he conocido en los 37 años que tengo. No tiene el físico que tengo yo, espectacular... pero es sumamente creativo, que es su gran ventaja.

Otra de las condiciones básicas que hay que tener para hacer radio es estar bien informado. Qué desagradable es tener que escuchar a quienes no saben lo que está pasando en su entorno, o a quienes están pendientes solamente de si Britney Spears se peleó con Madonna. A la hora de entrevistar, a la hora de informar o de hacer un concurso, a la hora de recibir una llamada telefónica, uno tiene que saber qué es lo que está pasando; por lo menos a partir de titulares de prensa, tiene que saber que casi se entran a patadas ahorita en la UCV, tiene que saberlo y eso es una gran responsabilidad. Tiene además que saber utilizar el idioma, porque la radio, sobre todo para aquellos que trabajan en vivo, es un arma de doble filo: constantemente se está presentando el examen de locución, peor que los que había que rendir en la Universidad Central, que era donde se hacían antes los exámenes con tres jurados que siempre tenían todas las ganas del mundo de ras-

parlo a uno. Cuando digo que es un examen constante, me refiero a que cuando se habla por radio, hay una cantidad de gente que puede adorarlo a uno, pero que cinco minutos después pueden pensar lo contrario.

Hacer radio es sabroso, es una maravilla, es una posibilidad inmensa que tenemos todos de expresarnos como narradores de noticias, o en radionovelas, o como locutores comerciales. O quizás, como en el caso de Erika y mío, de tener la suerte de conocer a diario por lo menos a cinco personas muy interesantes o muy aburridas, pero nutrirnos de sus conocimientos y explorarlas tal y como cualquiera las podría explorar desde su carro, con la diferencia que nosotros las tenemos al lado y podemos preguntarles directamente. Para mí esto es parte del atractivo que tiene la radio, y la razón por la que yo me empeño en no dejarla, más allá del descomunal éxito que hoy en día tenemos como estrellas de la televisión.

Cuando dicen que mi programa es un programa de humor, yo creo que en eso existe un balance, tanto en el de radio como en el de televisión. El humor es un ingrediente básico en el trabajo que llevamos adelante Erika y yo. Creo que a través de él, nos encargamos de tocar o de rozar los temas de actualidad, lo cual no nos convierte en "El Conde del Guácharo", ni tampoco en Rolando Salazar. Yo tengo 14.000 guiones en mi computadora que hice para *El Monstruo de la mañana*; es el concepto del humor a través de los guiones o como se hacía antes de una forma brillante, como lo hacía Amador Bendayán por ejemplo, o tantos otros, que ya sinceramente no se escuchan por la radio. En mi caso, apelo a un humor más ligero, más cotidiano, que se va construyendo solo, para que pueda tocar los puntos neurálgicos de la actualidad; por ejemplo, informar de la cola de El Cafetal, o poder decir que están invadiendo las haciendas y sacar algún comentario jocoso de eso. Pero, no creo que estemos absolutamente casados con el humor, con él exploramos la actualidad, eso sí.

Cuando me preguntan por qué siempre me meto con Daniel Sarcos, o con Jump o Winston Vallenilla, yo contesto que hay una licencia que da el humor, que es la de poder meterse prácticamente en todos los campos, revisar en todas partes, tocar lo que nadie puede tocar, porque siempre se tiene la excusa de decir que era un chiste. El humor bien trabajado, el humor fino, educado, el hu-

mor inteligente es una de las armas más letales que puede poseer cualquier ser humano. Hay muchas maneras de comunicar, y para eso están los maestros, que son las personas que te dicen lo que quieren en tu cara, te despedazan y todavía los aplaudes y les das un beso, y no te das cuenta que te están volviendo papilla, porque te vienen trabajando con el intelecto. A mí jamás me van a escuchar hacer un chiste sobre niños con Sida, como hay gente que sí los hace, porque esas son cosas que apelan a un público ignorante, que no es consciente de que les puede pasar a ellos y por eso es que se ríen de las desgracias de los demás. El punto es que, con inteligencia y con humor, todos los temas pueden ser tratados.

Cuando me hablan del éxito, yo digo que soy muy exigente con Erika y ella lo es conmigo; todos demandamos de nosotros lo mejor. Sabemos que queremos permanecer haciendo lo que nos gusta el mayor tiempo posible. Nosotros tenemos que exponernos como lo que somos, tenemos que ser genuinos, o muy malos, o muy buenos, según nos sintamos en el momento. Los locutores tenemos que mostrarnos tal como somos. Por ejemplo, yo no sé nada de ingeniería, pero me interesa conocer aspectos de la ingeniería que afectan mi vida y por eso entrevisto a ingenieros, o también, a pesar de que no escucho ni un minuto de música clásica, porque mi hiperkinesia me lo impide, puedo entrevistar a Eduardo Marturet, porque me interesa saber qué existe dentro de la mente del director de una orquesta sinfónica. En un momento dado, yo reservo todo lo que puedo ser, todo lo rápido, lo veloz que pueda ser mentalmente –porque la radio demanda eso, velocidad mental para responder–, para que no hayan baches, porque no hay nada peor que un bache en radio, un silencio, una duda o la ausencia de una pregunta. Eso en radio es un pecado, es un vacío mortal.

En televisión es distinto. Allí uno se reserva lo más Erika de la Vega o lo más Luis Chataing que podamos ser para el público que nos quiere ver en televisión, que es donde intervienen los gestos, las expresiones corporales, el rostro. Pero seguimos siendo Erika y Luis, no se puede fingir. Ahí es cuando uno se da cuenta quién imita a quién, por eso es tan importante no imitar a nadie, ni sentir que uno tiene que pertenecer a una onda comunicacional. Nadie puede fingir lo que no es, porque las cosas hay que sudarlas, tienen que venir de adentro.

También hay que tener en cuenta que todo se desgasta. En la radio tenemos la oportunidad de reconstruirnos a diario, siempre y cuando no nos acostumbremos o no acostumbremos al público a la misma fórmula todas las noches o todas las mañanas. ¿Cuál es el beneficio y el riesgo de esto? El beneficio es que si escuchaste cosas o secciones que no te gustaron, mañana ya no están ahí. Tú no sabes con qué vamos a salir, y esa es una manera de mantener día a día la expectativa del público, aunque siempre debe haber unos ingredientes básicos de comprobada efectividad que sean los ganchos del programa. En *Ni tan tarde*, tenemos una sección fija, que es la de la lista de las 10 cuestiones. A veces está mejor que otras, pero si tres de las diez posiciones son muy buenas, se puede decir que es un éxito. El otro pilar del programa es "La hora cero", el resto puede variar completamente o no, porque no importa tanto.

Es fundamental renovarse y hacer cada programa como si fuera el primero. Con el mismo entusiasmo y con las mismas ganas de examinarse en caliente y de buscarle las cinco patas al gato, porque de eso se trata también cuando se trabaja con el humor. Cuando estás trabajando con humor y estás en una entrevista, mientras la persona te está dando la respuesta, tú de alguna manera, a la velocidad de la luz, tienes que estar escuchándola y a la vez escribiendo tu respuesta, que por encima de todo tiene que arrancarle una risa a alguien tan pronto como termine el comentario. Y eso es difícil.

Nosotros trabajamos en televisión algo que se llama *late night show*, los *talk shows* de medianoche. En Estados Unidos están agotados de esos programas. Por ejemplo, los amarillistas en los que se parten las sillas en la cabeza, como *Laura en América*, empezaron allá mucho antes que en Latinoamérica. Fueron muy criticados y cuestionados y los redujeron a su mínima expresión, muchos de ellos salieron del aire antes que lo hiciera *Laura*... Esos son programas de una vida muy reducida, que alcanzan picos, los vuelven leña, les sacan muchísimo dinero, llaman la atención y después los cierran. El programa que hacemos nosotros es la latinización del formato de los programas de medianoche que utilizan en Estados Unidos. Yo trabajo mucho con la actualidad, con las cosas que están sonando, con la última noticia, aunque antes trabajaba con guiones.

Con respecto a la competitividad en el medio, para mí es impor-

tante saber ciertas cosas científicas de la profesión que vale la pena tomar en cuenta hasta cierto punto, sobre todo cuando se trabaja con la creatividad y el estado anímico de los que estamos frente a los micrófonos es importante. Es bueno saber cómo vas en los números, cuáles son las secciones que funcionan en el programa y cuáles no. Así puedes afincarte en las que están funcionando y las que no, moverlas a otra cosa. En la emisora 92, no hubo quién pudiera con lo que estábamos haciendo nosotros en la mañana. Nos pusieron cuatro programas de frente, en la Mega estación, y ninguno pudo con nosotros.

Una de las condiciones que pongo ahora que jamás me pasen los números de sintonía. No quiero saber más de eso, no me importa saber si voy ganando, si estoy de segundo o de tercero, si no aparezco, eso ya no me interesa. A mí lo único que me interesa es sentirme completamente libre para poder generar lo que considero que va a funcionar en un programa de radio; después, al final del ejercicio, uno puede palpar el resultado en la calle y entonces saber qué funcionó. Pero lo otro es una presión terrible e innecesaria. Es tan innecesaria, como la llamada de un ejecutivo en medio de un programa para cuestionar, para decir "¿por qué dijiste tal cosa?", cuando él sabe que falta una hora para salir al aire y que puedes regresar afectado por el comentario.

Cuando estrenamos un programa que se llamaba *Emoción olímpica*, en RCTV, yo estaba en Atlanta, en vivo, con la presión de un lanzamiento encima, algo que de por sí siempre es terrible porque no todo sale como uno piensa que va a salir. Los mejores programas para examinar son los que están ubicados del décimo lugar para arriba, por eso jamás podré entender el hecho de que hayan sacado mi programa de televisión del aire. Por más que uno tenga una idea brillante, ésta hay que ir puliéndola, y para eso necesitas calma, sosiego, para poder decir "esto está bien, esto no, vamos a quitar esto, a poner aquello"... En el primer programa tuvimos a toda la Junta Directiva detrás de las cámaras, ejerciendo una presión innecesaria.

Yo propongo no escuchar tanto a la competencia de radio o de televisión, para que esto no afecte el estilo, para que se pueda mantener la originalidad. Y si algún día te dicen "te estás copiando de la sección tal de no sé quién", entonces, que eso sea un evento mágico del universo, y que puedas decir "no entiendo cómo pasó,

pasó una estrella fugaz y ese día nos inspiramos los dos igual". Eli Bravo me hizo atractiva la radio, me permitió descubrir que esa era un área de acción para mí. Yo me dije: "quiero hacer cosas como las que hace Eli, me encanta". Pero cuando comencé en la radio, pensé: "no vuelvo a escuchar más a Eli, porque no me quiero parecer a él, no quiero ni siquiera llevar la corriente creativa que él pueda llevar". Es importante descubrirse como talento y decir "mis habilidades son éstas, y mis debilidades son las otras", y la mejor manera de ganar una batalla es enfocarse en las habilidades.

Siempre digo que en radio o en televisión, con que uno logre generar el recuerdo entre el público, así sea de un *sketch*, el programa valió la pena. Ahora, en radio, aunque la mejor improvisación es la que se prepara, hay que ir con un as bajo la manga. Yo me levanto todos los días a las 5 de la mañana, y me meto en Internet para leer los periódicos. Y de ahí hago mis apuntes y me voy con 15 ítems referentes a cada una de las cosas que están pasando en Venezuela y las dos más importantes en el mundo. Yo no sé qué hubiera sido de mi vida si no hubiera tenido a la radio, porque la radio te obliga a pasarte un *switch*. Por muy mal que uno esté, el show debe continuar. Los mejores programas, sin embargo, son los improvisados, y a veces, los mejores son aquellos en los que los invitados te embarcan, porque la situación lo obliga a uno a generar ideas. Es allí cuando suceden las mejores cosas.

Yo creo que la radio participativa pasó a ser lo que tenía que ser: una herramienta de trabajo. Etiquetar a la radio como "la radio participativa" es un error, porque hay programas de televisión participativos y nunca he escuchado nada sobre la era de la televisión participativa. La radio participativa es una herramienta para hacer radio, la participación del oyente es una herramienta en la medida en que aporta. Hay programas como *Triángulo*, de Carlos Fernández, que sin la participación del oyente no sería lo mismo, pero es un programa que ya dentro de su esquema, concibe la llamada del oyente como un recurso que aporta.

Cuando me preguntan hacia dónde va la radio, siempre contesto que la radio tiene que ir hacia donde fue la televisión. En la medida que busquemos etiquetar a la radio, creo que estamos perdiendo el tiempo. Tiene que haber radio de todo y para todos. Tiene que haber radio donde se utilicen recursos de producción, como los guiones, y en general tiene que haber de todo, porque si

no, nos vamos a obstinar. Y yo creo que de eso estamos conscientes los que estamos en el medio y los que producen emisoras de radio, todos sabemos que para competir con un programa de política lo mejor es poner otra cosa que no sea política, para aprovechar el nicho. Entonces, en la medida que estemos conscientes de esto, habrá variedad en la radio y nos beneficiaremos todos.

Erika de la Vega

Me alegra participar en la Cátedra de Radio, de la cual fui una alumna fugaz. Yo empecé en *El monstruo de la mañana* con Luis Chataing y, por supuesto, no sabía nada de nada. Ni siquiera sabía leer, de eso me di cuenta cuando llegué a la radio y, como si fuera poco, me faltaban muchas cosas por aprender.

Yo creía que entrar a la radio iba a ser muy fácil, pero Luis y el horario del programa lo hacían más difícil todavía. Entonces me dije: "Dios mío, tengo que hacer algo, ¿con quién podré hablar?". Así estaba, hasta que un día vino Oswaldo Yepes al programa como invitado nuestro, y yo, que sabía de las cátedras, le pregunté por ellas y él me contestó: "No, Erika, aceptamos únicamente a estudiantes". Yo ya me había graduado de publicista, por eso le insistí: "Una palanquita ahí, tú eres amigo de Chataing, yo estoy aquí en la radio". El aceptó y de los dos meses que dura la Cátedra de la Radio, yo solamente asistí a dos clases. En la primera, por mi horario de trabajo –en aquel entonces me levantaba a las cinco de la madrugada–, me quedé dormida en la silla. Y en la segunda me tocó escuchar a Chataing y a Eli Bravo, y fue buenísimo... Recuerdo que fue entonces cuando se empezó a hablar de la radio participativa, hoy en día no sé si se puede seguir hablando de eso.

En *El monstruo* me di cuenta de que Chataing pasaba tres horas diarias escribiendo guiones y yo al día siguiente se los echaba a perder, porque sencillamente los leía mal. Entonces comencé a leer el periódico todos los domingos, en voz alta, para contabilizar las veces que me equivocaba. Yo me preguntaba: "¿seré disléxica?", pero no, y así, leyendo en voz alta, pude ver el porqué de mis equivocaciones. Hay que tomar en cuenta que aunque uno no vea a los radioyentes, hay mucha gente que nos escucha hablar desde la intimidad de la cabina y nos escucha las barrabasadas que decimos. Este señor Chataing me recordaba todo el tiempo: "Erika, te puede estar escuchando el presidente de una agencia de publici-

dad y tú vienes a decir las tortas que estás diciendo. Te equivocas repetitivamente, nunca te van a llamar para que hagas una locución de ningún producto, porque al que te está oyendo le estás diciendo que no sirves". Eso era para poner nervioso a cualquiera...

Pero, la verdad, es que lo mejor que me ha pasado es tener la práctica. Yo estuve tres meses a prueba en *El monstruo de la mañana*, y una semana antes de que me botaran, creo que me desperté y reaccioné. Me iban a botar un viernes, pero desperté el miércoles y eché un chiste, la gente se rió y a Luis también le dio risa. Y entonces dije: "Ay, no, quizás no la bote", y así fue como seguí. Para mí, la verdadera universidad ha sido la práctica. Uno no termina de aprender hasta cuándo está en el sitio, hasta que reincide. Muchas veces me dije: "Yo voy a durar un mes, de repente tres meses"; después pensé, "no, mejor seis meses, porque seis meses en un programa de radio da un buen currículo, aunque tenga que levantarme a las 5 de la mañana"; pero después me envenené y estuve dos años y medio, y no seguí porque recibí otros ofrecimientos... Por eso creo que la práctica te hace ser mejor, escucharte, perfeccionar las cosas, darte cuenta, grabarte, concientizar lo que dices, lo que no dices, y el respeto al público, que es otra de las cosas que hay que tomar en cuenta, además de la necesidad de estar actualizado. Tenemos que saber no solamente lo que pasa aquí sino lo que sucede en todos los países del mundo, por lo menos lo que sale en el periódico.

Cuando tengo que entrevistar a alguien, siento una gran expectativa y un cierto nerviosismo. Yo siempre concientizo mi postura corporal, pero estoy tensa, porque uno nunca sabe lo que va a pasar, aunque se está más seguro cuando se conoce al entrevistado que cuando no se tiene la menor idea sobre él. En ese caso hay que saber manejar la situación o ser realmente sinceros y decir: "Vamos a relajarnos", o proponerle algo al personaje para poder relajarnos, porque eso se transmite. En *Ni tan tarde*, Luis y yo manejamos la entrevista de tal manera que simplemente nos sentamos a conversar con alguien que pueda decir algo interesante. A veces hay que hacer un esfuerzo, pero yo creo que lo fundamental para tener tranquilidad, es estar informados. ¿Para qué vino?, ¿qué es lo que está haciendo ahora, cuál fue su éxito anterior y para dónde va? Hacerse todas esas preguntas da una cierta seguridad.

También es válido no tener idea de nada, y poco a poco ir descubriéndolo en la entrevista. Pero una buena *dateada* salva cualquier bache, también ayuda preguntar sobre los "planes futuros", que siempre es una muy buena pregunta.

Tampoco es bueno adaptarse al tipo de programa que uno hace, como cuando alguien está en un programa de concursos y de repente lo vemos en una lotería. Eso es algo totalmente distinto, porque en vez de ser ellos, de ser auténticos, se adaptan al formato del programa para el cual los contrataron. Ahí es cuando se pierde la credibilidad, que es una de las cosas más importantes en este medio. Esos clientes que compran espacios dentro de tu programa, o los clientes que te buscan para que seas la voz de un producto, quieren que tengas credibilidad, lo necesitan, para que la gente le crea a esa voz y vaya a comprar ese producto. Hay que tratar de dar un mensaje cónsono con lo que uno es.

A mí me hicieron un casting en 92.9 y, aunque era una emisora de radio, la preselección fue por fotografías. Después me hicieron una prueba y le dieron preferencia a una muchacha antes que a mí, porque a Luis le gustó más ella. Después, cuando terminaron, ella se fue para otro lado y así fue como me llamaron a mí, la segunda, la que quedó de segunda.

En la televisión, en un principio improvisamos quizás en un 80%. Después el programa fue agarrando un poco más de forma y, hoy en día, tenemos un esqueleto, un esquema. Ahora, la manera como nosotros planteamos lo que vamos a hacer no está escrita en ningún guión. Creemos fielmente que es por la ventaja de haber trabajado juntos en radio durante dos años y medio, y por haber sabido compenetrarnos y haber aprendido cómo trabajar. Yo sé que Luis es más de generar y yo soy más de reaccionar, y bueno, ahí vamos. Luis sabe cuándo se me traban las cosas, entonces me rescata o me hunde, cualquiera de las dos cosas funciona; igual hago yo con él. Lo que sí está escrito es la lista, los chistes iniciales para que no se nos olviden, porque de memoria es muy difícil.

La radio es la escuela, la que da esa capacidad de improvisación. Es como más caliente, es la que da la velocidad mental, tienes el cerebro todo el día funcionando. Jamás hubiera podido hacer lo que hago, ni hacer *Ni tan tarde*, si no hubiera tenido a la radio. Hay que concientizar lo que se hace y en un momento dado preguntarse: ¿desde cuándo yo sé hacer esto? Eso fue la radio, estar todos los

días ahí, estar pendiente, oír a otras personas, porque uno es el que lleva todas las respuestas. En el programa *El último round*, la improvisación que hacemos Enrique Lazo y yo no es como la que hago con Luis Chataing, porque nosotros tenemos productores que escriben un breve editorial de lo que pudiera ser un poco de información y las preguntas. En *Ni tan tarde* es otra cosa.

En los cinco años que lleva *El último round* en el aire, el programa ha cambiado mucho. Antes se definía el objetivo y lo que era el programa sin tomar en cuenta a los locutores. Estos se tenían que adaptar al formato y al objetivo de ese programa. Luis ha sido rebelde y ha levantado la voz. Pero está también el objetivo de la radio, a quién le tienes que hablar y el "no seas tan inteligente, porque los adolescentes son brutos y tienes que ser un poco más tonta". El humor te permite manejar ese tipo de cosas, hay veces que molesta y hay veces que no. Pero se fue reformulando el programa y cuando yo llegué, hace dos años, era todo lo contrario. Ahora es un programa ligero con dos conductores, que tratan de pasar una tarde amena. El humor no está dentro de ese objetivo. El humor lo metimos Enrique y yo, porque él se desarrolla en eso y yo también, por eso podemos apelar a los chistes. Aunque no siempre nos va bien echando chistes, pero esa también es una ventaja, que sea un programa que sea parecido a ti. Cuando yo entré, el programa tenía un objetivo, que era que una pareja no coincidiera en nada, pero Enrique y yo coincidimos en todo. Las cosas impuestas nunca parecen verdaderas, aunque a veces funcionan, pero la mayoría de las veces no. Yo creo que el humor también permite la transparencia o la transparencia permite el humor, pero es un buen recurso en el momento en que no sabes nada, o te equivocas y apelas a la sinceridad.

En una época, yo creía que la radio iba a ser segmentada, no para jóvenes y para adultos, sino para jóvenes que mastican chicle verde, para jóvenes que mastican chicle azul... cada vez más pequeño el grupo que uno quería captar. Esa era mi idea, e inclusive se lo dije a Eli Bravo: "Yo creo que el futuro de la radio es la segmentación, porque creo que a la gente que está en Valencia no le interesa lo que está pasando en la calle Orinoco de Las Mercedes, y tú vienes ahora con esta radio global, que es tremenda oportunidad". Ojalá uno pudiera hacer la calidad de entrevistas que hace Eli, poder hablar con un guerrillero de Colombia y comunicarse

igual con los Amigos Invisibles en Australia. Qué bueno que la tecnología está permitiendo eso.

Ahora, participativa, yo creo que la radio cada vez es menos. Yo todavía tengo participación del público en *El último round*. Antes se podían recibir cinco llamadas en dos cortes y ahora se recibe una, y de casualidad, porque a veces llama gente que no aporta y tampoco la idea es burlarse de la persona que está llamando. Esa participación, por lo menos en *El último round*, cada vez es más pequeña, porque se oye nada más que el tono de voz de la persona y uno dice: "al que va en el carro no le interesa qué está haciendo la persona que está en su casa, fastidiada, que no tiene nada que aportar". Pero de repente dice una frase que te la pone "bombita" para patearla, para poder salir con algo chistoso y decirle "chao, hasta luego". Pero yo prefiero poner un buen tema antes que poner una llamada así.

Eso que Eli llama radio global, hoy yo la llamaría radio entretenida. El objetivo de muchos programas es entretener, porque no tienen un contenido profundo sino que simplemente buscan entretener a las personas mientras están en la cola; además que el tráfico cada vez está peor, por lo menos yo estoy encontrando cola donde nunca antes en mi vida la había visto. Yo creo que la radio es una manera de entretener a esa persona que está obstinada, que está sin aire acondicionado en el carro, aturdida por el bullicio de los autobuses, que quiere escuchar otra cosa, aislarse y que le arranquen una sonrisa. Yo creo que por ahí van los tiros de la mayoría de los programas.

RAFAEL SYLVA

Veinticinco años de suspenso

Rafael Sylva es un apasionado de la radio. Trabajó durante muchísimos años como ejecutivo y como accionista de agencias de publicidad y ya en el año 63 era director de Radio y Televisión de la importante agencia McCann Erikson, en la que estaba encargado de hacer los comerciales y de seleccionar a los locutores.

Rafael mantiene dos programas en la radio: Tesoros del archivo, sobre temas musicales inéditos o poco conocidos, en el que hace notar al oyente por ejemplo la diferencia de una obra musical clásica tocada en tiempos de paz y la misma pieza ejecutada durante la invasión a Berlín; y desde hace más de 30 años Nuestro insólito universo, que es el programa más exitoso y más laureado en la historia de la radio, creado en Radio Nacional.

O.Y.

Después de más de 25 años en el aire, el programa *Nuestro insólito universo* mantiene en sus oyentes la estela de suspenso, enigma y misterio que siempre lo ha caracterizado. A la hora de producirlo, no es suficiente contar con una anécdota interesante, sino que se deben utilizar todos los recursos disponibles: en este programa se combina la narrativa con la imaginación, la musicalización y los efectos de sonido adecuados para cada etapa de la realización del argumento. En realidad, ha dado para todo, hasta para tildarme a mí, su productor, con infinidad de calificativos.

En una entrevista para una publicación llamada *Tribuna*, me sugirieron que yo era un tanto sensacionalista por la forma de producir los libretos, y es que se confunde el sensacionalismo con otra cosa. Si se observa fríamente el contenido de la siguiente anécdo-

ta, se verá que no posee ninguna particularidad: un señor iba conduciendo tranquilamente por la Avenida Libertador y, de repente, a la altura de La Campiña, el piso cedió y su vehículo cayó dentro del hueco y el automóvil que lo seguía también. Esto, tomando en cuenta la cantidad de cosas que suceden en una ciudad como Caracas, no es nada, es una tontería, porque el señor ni se murió ni le pasó absolutamente nada; simplemente se cayó en un hueco. Pues esa historia la tomé del periódico y aproveché para hacer con ella un programa; obviamente, en lugar de relatarla de manera llana y directa, lo hice manejando el suspenso. El resultado es que si alguien va manejando y está oyendo el programa, se siente identificado de alguna manera con el personaje de la historia. De cierta forma quedará "enganchado" y, a pesar de que tal vez no sea un oyente habitual, se encontrará con que está interesado en saber qué le sucedió a ese señor, que igual que él, estaba conduciendo por una avenida de Caracas.

El elemento del suspenso siempre estará presente en las historias del programa, no por la cotidianidad con que suceden, sino por lo asombrosas que pueden ser. El artífice de este elemento fue el gran maestro Orson Welles. Su genio dio origen a dos íconos de la historia mediática: *La guerra de los mundos* y *El ciudadano Kane*. Para hacer *La guerra de los mundos*, Welles tomó una anécdota boba y hasta cierto punto trivial, e introdujo varios elementos de producción. El poseía además una hermosa e impresionante voz y una excelente dicción. No es posible entender cómo la gente de un país altamente desarrollado como Estados Unidos reaccionó con tan exageradas manifestaciones de pánico por una transmisión radial, que por otra parte se sabía que lo era, porque lo habían notificado. Al momento de hacer *La guerra de los mundos*, Orson Welles se había convertido en un hombre maldito. Realizó la película *El ciudadano Kane*, en la que, no sin cierta dosis de sorna, sacó a relucir la otra cara de la prensa escrita y este hecho lo enfrentó a William Randolph Hearst, un verdadero zar, uno de los hombres más poderosos en la historia del periodismo norteamericano. A Welles le cerraron las puertas no sólo de la radio y del cine, sino de cualquier otro medio, y se tuvo que ir a Europa porque en Estados Unidos no pudo volver a hacer películas.

Otro elemento importante es el referido a la voz: se nace o no se nace con la voz radiofónica, ésta no se adquiere. Lo que sí se pue-

de adquirir es la técnica para un mejor y más eficiente manejo de la voz, pero es el timbre radiofónico lo que marcará la pauta en el trabajo de cada profesional de la locución. Es el caso del locutor del programa *Nuestro insólito universo*, Porfirio Torres, quien posee un excelente caudal de voz y un timbre perfectamente adecuado a las características de un programa como éste.

Una de las principales preguntas que hacen los oyentes es de dónde salen tantas historias de tan llamativa especie, y yo les contesto que, primero que nada, yo soy un lector furibundo. Aparte, me llama muchísima gente para contarme cosas de ese tipo; yo no las creo, pero me encanta que me las cuenten. Por otro lado, recibo material, quizá demasiado, de diferentes fuentes. Hay una anécdota que no puedo evitar contar por lo absurda e insólita: hace más de 18 años que una dama me envía periódicamente a Radio Nacional, que es donde se graba el programa, un paquete con recortes de todo tipo de revistas, rusas, francesas, italianas. Por ejemplo, me envía *Stern* y me marca la página específica de lo que ella cree que me puede interesar, junto con su respectiva traducción, que es lo que me resulta más insólito. Conozco bien el inglés y algo de francés, pero no sé nada de ruso o italiano. Yo he tratado de retribuirle el gesto invitándola a comer o a tomar un café y hasta obsequiarle algunos de mis libros, pero ella no ha querido, siempre se ha negado rotundamente. Si hablamos por teléfono, nunca me tutea, tiene una voz muy educada y neutra y creo que no es venezolana, pues no posee nuestro tumbao al hablar. Es todo un misterio, es una mujer enigmática. Yo me imagino que es muy bella, pero que tiene algún problema físico y que por eso no quiere que la conozca. También debe tener dinero como para estar suscrita a revistas como *Scientific American*, *Smithsonian*, *The Gramophone* y tantas otras que son muy costosas. He tratado de conocerla por todos los medios, hasta hice seguir por amigos míos al mensajero. Es un hecho bastante curioso y absurdo el de mantenerse así, en secreto, desde hace más de 18 años, pero por otra parte el material que me envía es realmente extraordinario y es exactamente lo que yo puedo utilizar.

Otra anécdota que recuerdo sucedió hace varios años atrás, cuando un conocido neurocirujano me invitó a su casa para echarme un cuento verdaderamente fantasmagórico acerca de un hombrecito vestido de plateado, que una vez recorrió el lavadero, la coci-

na y el cuarto de su residencia, examinándolo todo. Lógicamente, con tantas historias a cuestas, separo todo aquello que valga la pena relatar y lo demás queda para la historia. Ha sido algo muy frecuente desde que produzco el programa y la mayoría de los relatos no provienen de gente ignorante.

Hace más de 20 años llegué a conocer a un hombre llamado Luis María Ortega, con quien tuve una relación interesantísima. Era un hombre que había matado a 60 personas y estaba preso en una cárcel del interior: lo llamaban "El monstruo del llano". Cuando me llegó la historia, pensé "¿cómo es posible que un ser humano mate a tanta gente?". Hice un programa sobre el hecho y, al poco tiempo, recibí una carta del penal escrita por el propio Ortega, en la que me decía que él había escuchado el programa y que le interesaba mucho hablar conmigo, por ser la única persona que se había ocupado de su caso. En la prensa había salido una nota pequeña y yo no describí la circunstancia de los asesinatos; a mí lo que me parecía insólito era el hecho de que un ser humano fuera capaz de matar no a una ni a dos personas, sino a sesenta. Para mí tenía que existir una causa demasiado terrible, no podía ser sólo el producto de una mente criminal o desviada. No realicé una apología, pero planteé que había que comprender lo que había en la mente de esa persona para que hubiera matado a tanta gente, aunque en realidad lo hizo por venganza el programa se llamó "La venganza de Luis María Ortega". Lo cierto es que lo visité en el penal y fue muy impresionante tener que darle la mano a quien con la misma degolló a un gentío. Nos sentamos en un calabozo a conversar y me dijo que había actuado así porque lo habían acusado falsamente, y luego, por otras circunstancias, se precipitó en una cadena de asesinatos. Si se analiza desde el punto de vista de la anécdota, los hechos son suficientes para hacer un programa sin musicalización, ni efectos ni nada. De eso se trata, cuando la historia trae su propia carga de suspenso o de horror, sólo se le suma el tratamiento de la historia para adaptarla al medio y, por supuesto, la adecuada voz radiofónica. Me citó el Ministerio de Justicia para llamarme la atención porque yo estaba "glorificando" a un criminal y lo que hice en realidad fue contar los hechos.

Debo citar las miles de veces que he tenido problemas con los radioescuchas que me han amenazado de muerte. En una oportunidad se me presentó una delegación, el tren de abogados de los

Testigos de Jehová, porque me iban a demandar si no me retractaba públicamente de mi opinión acerca de sus creencias. Resulta que una vez supe que en Margarita una pareja de seguidores de ese culto tenía una hija que fue arrollada por un vehículo. La niña necesitaba una transfusión de sangre, pero se negaron a hacérsela porque ellos no creen en eso, y la criatura se murió. A mi juicio, no es posible que un padre sea tan bárbaro, tan desnaturalizado, que deje morir a su hija por una creencia religiosa. Optaron entonces por enviarme a su tren legal para exigirme que me retractara a través de un programa y que les diera la razón.

Todas esas son situaciones realmente interesantes, pero hay que recrearlas y dramatizarlas para que obtengan matiz radiofónico. Probablemente, el secreto de que el programa haya perdurado durante tanto tiempo sea la variedad de los temas. En *Nuestro insólito universo* se habla de todo, pero de todo lo que es inusual, inesperado, diferente y, por supuesto, con el toque de creatividad suficiente para mantener al público pendiente del próximo programa.

ELI BRAVO

El retorno de la radio juvenil



Eli Bravo es productor y locutor, y es quizás uno de los que más trabajó para que renaciera la afición de las nuevas generaciones a escuchar radio. Desde muy joven se inició en la radio, en un espacio en la tarde de los sábados. Después hizo otro programa muy participativo llamado El autobús y otro llamado Cualquier cosa, en la Mega Estación.

Desde hace un tiempo, Eli vive en Miami y trabaja en el canal People & Arts. Tiene una exitosa trayectoria presentando documentales y comedias, y además se mantiene vigente en Venezuela a través de un programa que transmite desde allá. Su gran mérito reside en que revolucionó la producción de radio y que alcanzó un gran éxito, además de conseguir que los jóvenes se interesaran por este medio.

O.Y.

El trabajo en radio debería centrarse en la actualidad en aspectos como el lenguaje que le es propio, la producción adecuada a cada programa y la renovación y tratamiento de los formatos radiales existentes. El fenómeno ocurrido con las radios juveniles en los últimos cuatro años significó el retorno de algo que ya se había experimentado: el surgimiento de la emisora juvenil que comenzó en 1968, cuando Radio Capital tuvo una figuración muy importante con personajes radiales que estaba muy ligados a ellos, como "Capy" Donzella, más tarde Napoleón Bravo, y todos los discjockey que en ese momento estaban consolidando su trabajo. Lo que ellos

hicieron fue, simplemente, tomar un medio que había sido muy poderoso durante los años 30 y 40, y se lo presentaron a los jóvenes cuando comenzó una cultura específica: paz, amor y rock, entre otras cosas.

De alguna forma, esto ocurrió de nuevo entre 1992 y 1994 en Caracas, extendiéndose después al interior del país: se produjo el resurgimiento de los programas participativos, de las revistas musicales en la mañana y, muy especialmente, el redescubrimiento de lo que eran las emisoras juveniles más cercanas a la audiencia a la cual estaban dirigidas.

Uno de los puntos fundamentales consistió en el lenguaje que se comenzó a utilizar: la gente hablaba más naturalmente al aire, y aunque esto dio pie para que se cometieran excesos, también se tornó en nuevas libertades. El hecho de desmitificar y desmontar lo que era un locutor muy acartonado permitió que muchos vocablos, expresiones y modos de hablar que normalmente no estaban dentro de los medios, logran entrar a ellos. Esto generó inmediatamente una mayor empatía con el público, que empezó a sentir una comunicación más directa y más cercana porque los locutores se estaban expresando en sus mismos términos.

La radio tiene una gran capacidad para crear cierto sentido de exclusividad y membresía, punto éste muy importante que se debe tratar de explotar; claro está, en el buen sentido del término. La persona que escucha una emisora o un programa determinado siente que la gente que también escucha ese programa o emisora comparte sus mismos gustos, preferencias y sentimientos; al mismo tiempo, siente que el locutor también comparte sus vivencias y de esta manera él pertenece a un grupo. De allí que haya tantas campañas de promoción en ese sentido, como por ejemplo "La radioactiva" en 92.9 o "La emisora oficial de los estudiantes" en La Mega.

Es importante saber que el lenguaje es una de las vías de acceso hacia el oyente. Al fin y al cabo, la radio se forma de sonidos y silencios, y los sonidos se fundamentan en las palabras, además de todos los efectos que le sirven de apoyo. Si se da el mismo mensaje a través de dos emisoras, puede apreciarse cómo están estructurados de manera distinta; tener esto en claro permitirá acceder a un determinado público.

César Miguel Rondón utiliza un lenguaje distinto al de Eli Bravo o Luis Chataing. Cada uno está tratando de acceder a su públi-

co a través de esa empatía a través del lenguaje. No se trata sólo de hablar; la radio es la palabra dentro de un discurso apoyado de efectos, música, sonidos y, por supuesto, de la fantasía propia del medio, que no existe como tal pero que se debe crear. Aunque lo que se tenga como recurso sea muy breve, hay que explotar la capacidad de las personas para imaginarse o proyectar algo. Por ejemplo, si se hace un contacto con un periodista que está en España, lo ideal sería verlo parado en la Puerta de Alcalá o en la Gran Vía, pero esto no sucede, sólo se oye. Existe entonces la posibilidad de recrearlo si se conoce el lugar o si se logra fantasear con el sitio. Esto será posible de acuerdo al tratamiento que se le proporcione al lenguaje.

Con respecto a la producción, un aspecto importante es el apoyo que se le suministre al locutor en uso de la palabra, para que en lugar de estar diciendo sandeces exprese algo con sentido. Eso es posible lograrlo con alto o bajos niveles de producción; depende del talento, la capacidad y el tipo de programa que se está haciendo. De cualquier manera la producción previa de todo programa es imprescindible para que éste tenga calidad y sentido.

La improvisación se convirtió en un elemento excesivamente explotado en la radio juvenil. Pero la improvisación en radio sólo es posible en la medida que exista una base sobre la cual hacerlo. Pongamos el caso de un músico de jazz: un buen músico, aunque esté haciendo *free jazz*, para lo cual debe poseer conocimientos musicales mínimos, tiene siempre una partitura básica que indica entradas y salidas de instrumentos. Todo el equipo se pone de acuerdo para dialogar con los instrumentos, todos improvisan, pero hay una base en común, hay una partitura y una pieza y hay unas reglas para la improvisación. La producción radial se realiza de la misma manera: debe existir una pauta sobre la cual trabajar, deben existir parámetros claros sobre lo que se pretende obtener de una entrevista, de un concurso, de una intervención del público o de un noticiero. Hay momentos en los que se requiere un libreto para proporcionar la información necesaria y hay ocasiones en las que se obviará el libreto para improvisar e interactuar con el público. Para ello se debe partir de ciertas bases discutidas en momentos previos al programa, cuando por lo general el equipo de producción realiza el *brainstorming* que hay detrás de todo programa.

El autobús funciona con un equipo de cinco personas: tres pro-

ductores, un coordinador de estudio y un locutor. Lo que sale al aire es el resultado del análisis y discusión general de todas las ideas que surgen de cada miembro del equipo. Claro está, teniendo presente que una cosa es la idea y otra la realización, pues el llevar a cabo es uno de los puntos más importantes y difíciles que deben meditar al hacer radio. Hay ideas muy buenas que tienen resultados muy malos, así como hay ideas muy malas que logran solventarse con cierta técnica y cuyo resultado puede ser aceptable.

Otro elemento que se puede analizar es la necesidad de utilizar la radio como un medio para experimentar. Quienes estén interesados en hacer radio deben saber que lo importante en estos momentos es intentar otras maneras de llegar al público, al tiempo que se deben explorar otras formas de hacer radio, indagar qué tipo de personas que no han escuchado radio aún puedan hacerlo, buscar la fórmula para hacer llegar el mensaje más efectivamente, explotar otros estilos de emisoras radiales hasta ahora no probados, e intentar nuevas alternativas de promoción. En la medida que ocurra esa novedad para el oyente, va a evidenciarse su interés por lo que la radio esté haciendo. Es algo muy difícil de lograr, que requiere un poco de suerte, mucho trabajo y cierta magia. Fundamentalmente, hay que oír mucha radio, pues a veces se tiene la idea de que las emisoras que más se escuchan son las únicas que existen, y que las otras, las que no se oyen, son malas. Es precisamente allí, en ese universo que generalmente se desconoce, donde se encuentran buena parte de las claves que se pueden utilizar.

La capacidad de reinención que la radio pueda desarrollar es un factor absolutamente relevante. Eventualmente, cada radiodifusor dentro de su propio programa deberá darse cuenta de cuándo se empieza a agotar la fórmula, por eso tiene que revisar hasta qué punto se han cumplido lo que en un principio fueron sus objetivos. El público puede estar muy dado al hábito y podría pensarse que un público acostumbrado es capaz de seguir un programa a lo largo del tiempo. La intención debería ser lograr un producto cada vez más atractivo para la audiencia e igualmente captar oyentes nuevos.

El encendido de radio en los últimos cuatro años registró un aumento significativo, lo que quiere decir que hay más gente oyendo radio. Hay que evitar, entonces, que las radios se apaguen, evi-

tar que el oyente se canse, porque oye más de lo mismo y ya no le interesa el medio. Precisamente, el logro más reciente y más importante de un grupo de radiodifusores fue hacer que la gente encendiera la radio, logro que representa una ventaja directa: además de la importancia que ha adquirido el medio, las inversiones publicitarias han aumentado, así como las posibilidades de comercialización. Esto ha sido beneficioso para la radio como empresa, para los locutores como talentos, para los productores como posibilidad para obtener mejores sueldos y, por supuesto, para el público, porque en la medida en que haya más inversión publicitaria en radio, significa que va a haber más dinero para que las emisoras reinviertan en sus programas; aunque este aspecto no es tan cierto como debería serlo.

PARTE II
Breve historia de la radio en Venezuela

OSWALDO YEPES



A Oswaldo Yepes lo conozco de toda la vida, y por eso puedo decir que es la única persona que se preocupa de verdad por llevar adelante la radio. Ha hecho grandes innovaciones en KYS FM, está al día en todo lo que es tecnología radial, además es fundador del Museo de la Radio y ha tenido la muy feliz iniciativa de crear la Cátedra de Radio. En realidad no sé de nadie que tenga y manifieste un respeto tan grande por la gente de la radio y por sus trayectorias.

Lo conozco desde que él tenía 14 años y siempre supe de sus maniobras, cuando era pequeño, para poder ir a los programas que se transmitían en vivo y que alimentaron ese inmenso amor que aún hoy siente por el medio. La radio es su profesión y su forma de vida. Por eso, por todo lo que Oswaldo Yepes significa para nosotros, los que somos parte del medio radial, cada vez que me convoque, no importa a dónde, yo estaré junto a él.

Cecilia Martínez

Breve historia de la radio en Venezuela

Venezuela fue uno de los primeros países latinoamericanos en utilizar la radio en transmisiones regulares. Los primeros intentos se remontan al año 1926, cuando una emisora, identificada con las siglas AYRE, fue instalada cerca de la esquina de El Tejar, en Caracas, y con sus torres ubicadas en los corrales del Nuevo Circo.

En esa época aún no se pensaba en la radio comercial y la empresa AYRE funcionaba por medio de un sistema de suscripción, alquilando aparatos al público. También aparecieron en el mercado pequeños receptores, los llamados "radios de galena", que contribuyeron a popularizar los programas iniciales. Sus promotores fueron Santana y Scholtz, con el apoyo de José Vicente Gómez, un hijo del general Juan Vicente Gómez. Este primer esfuerzo radiofónico contó con animadores como Rafael Guinand y Alfredo Möller, y hasta con una orquesta dirigida por Pedro Elías Gutiérrez, el autor de "Alma Llanera".

Por razones económicas y presiones de índole político, esta emisora tuvo muy corta vida. Pero con la Broadcasting Caracas nació la radio en Venezuela bajo el liderazgo de un gran pionero, Edgar J. Anzola, quien consolidó la idea de fundar una auténtica emisora. William H. Phelps, científico norteamericano que vino a investigar la avifauna venezolana y que se quedó en el país, era el representante exclusivo de los aparatos RCA (Radio Corporation of America), y propietario de una distribuidora de artefactos eléctricos, El Almacén Americano. Phelps se entusiasmó con el proyecto, y gracias al esfuerzo conjunto de Anzola, Ricardo Espina y el técnico Alberto López, el 11 de diciembre de 1930 se inauguró

esta primera emisora, ocupando los altos de la empresa situada entre las esquinas de La Palma y Pajaritos. Otros pioneros como Alfredo Cortina, Mario García Arocha, Luis Alfonzo Larrain, Carlos Bonett y Gonzalo Veloz Mancera, fueron también pilares de ese proyecto.

Después de la muerte de Juan Vicente Gómez en 1935, la IBC pasó a denominarse Radio Caracas y, a través de ella, los venezolanos comenzaron a disfrutar de atracciones nacionales e internacionales. La primera gran radionovela fue *El misterio de los ojos escarlata*, protagonizada por Cecilia Martínez y Edgar J. Anzola, con libretos de Alfredo Cortina y Mario García Arocha. Por otra parte, figuras internacionales como Carlos Gardel, Pedro Vargas, Arthur Rubinstein y Alfonso Ortiz Tirado conmovían al público que colocó a la radio como invitado de honor en sus hogares.

Años más tarde, a partir de la II Guerra Mundial, el contacto de ese público con la radio llegó a ser impresionante, surgiendo entonces radioperiódicos como *El diario hablado*, con Francisco Fossa Andersen y Abelardo Raidi, y un poco después *El Reporter Esso*, con Amable Espina.

Radiodifusora Venezuela, en 1932; Ondas Populares, en 1935; Radio Oriente de Barcelona, en 1936; Radio Libertador, en 1937; La voz de Carabobo, en Valencia, en 1935; Radio Táchira, en San Cristóbal, en 1935; Radio Continente en 1939 y Radio Cultura en 1944 –que después se convirtió en YVKE Mundial–, fueron las emisoras pioneras.

En los primeros años de la radio y aún en los años 50, el público solía presenciar los programas en los estudios. Entre éstos se recuerda, como uno de los mejores, el de Estudios Universo, donde se instaló el primer grabador de discos llegado al país. Otras emisoras de la época fueron Emisora Vargas (La Guaira), La voz de la Esfera, La voz de la Patria y Ondas del Lago (Maracaibo). En 1949 se inauguró Radio Rumbos, que siguió los pasos de sus antecesoras creando un estilo combativo, de gran calidad y potencia, convirtiéndose al poco tiempo, y por muchos años, en la de mayor sintonía en los hogares venezolanos. Su primer director fue el famoso publicista y locutor Víctor Saume.

Los concededores del medio han coincidido en señalar como la gran década de la radio en Venezuela la que abarca desde 1945, cuando los acontecimientos políticos abrieron los caminos de la

información y opinión, hasta 1955, poco después de que llegara la televisión al país. Esto quiere decir que la radio mantenía entera a la población de todo, música, noticias, deportes, hipismo, etc.

De esa década se recuerdan acontecimientos como *El derecho de nacer*, radionovela que paralizaba a la ciudad a las 6:30 de la tarde. El ídolo era Albertico Limonta, representado por Luis Salazar, y junto a él se destacaban América Barrio y Olga Castillo. Esta radionovela, original de Félix B. Cagnet, batió todos los récords de sintonía por la emisora Radio Continente, entre 1949 y 1950.

Otras grandes radionovelas de esa década fueron *El misterio de las tres torres*, con Antonio José Marcano y Alejandro Arratia Oses, por Radio Difusora Venezuela; *Cuatro horas antes de morir*, por Radio Caracas, bajo la dirección y actuación de Tomás Henríquez, acompañado por Pancho Pepe Cróquer y Carmencita Serrano. Otras estrellas de las telenovelas fueron Héctor Hernández Vera, Pepe Bódalo, Carlos Cámara, Arquímedes Rivero, Margo Antillano, Gladys Hernández, Josefina Guinand, Mahuampi Acosta, Enrique Benshimol, Rosita Vásquez, Hilda Moreno, Milagros Valentino, Lucila Herrera, Enrique Alzugaray y Daniel Farías.

En programas de aventuras, el suceso fue *Tamakún, el vengador errante*, con Armando Palacios, por Radio Continente, y en espacios románticos *La novela de las cinco*, con Hugo de Gani y Carlota Ureta Zamorano, por Radio Cultura. Entre los shows musicales más recordados están *La Caravana Camel*, por Radiodifusora Venezuela; *Cada minuto una estrella*, por Radio Tropical; *A gozar, muchachos*, con la Billo's y Musiú Lacavalerie, todas las tardes por Radio Caracas; y el programa que, bajo la producción de otro grande de la radio, René Estévez, presentaba Radio Caracas todas las noches bajo el título de *Fiesta Fabulosa*, con la animación de Pancho Pepe Cróquer, Musiú Lacavalérié y Guillermo Rodríguez Blanco. Este programa era un verdadero espectáculo, contaba con la orquesta Billo's Caracas Boys, además de un elenco humorístico de primera categoría, integrado por Charles Barry, Félix Cardona Moreno, Eduardo Gadea Pérez, Tomás Henríquez, José Salazar, Margot Pareja y Eva Blanco. Además de los cantantes-estrellas de la orquesta del programa, se presentaba a los mejores intérpretes y conjuntos internacionales como Pedro Infante, Los Panchos, Leo Marini, Pérez Prado, etc. Y entre los nacionales figuraban Mario Suárez, Héctor Murga, Magdalena Sánchez y Héctor Monteverde. De este

programa surgió el primer gran ídolo de la canción en Venezuela: Alfredo Sadel.

Otros animadores famosos en estos programas musicales fueron Magin Pastor Suárez, Amador Bendayán, Aquilino José Mata, Alberto Betancourt, Jesús Adolfo Maldonado, Henry Altuve, Rafael Guillermo Zamora, Antonio José Marcano, Amable Espina y Víctor Saume.

El indiscutible ídolo de la locución en Venezuela, el número 1, ha sido siempre Francisco José Pancho Pepe Cróquer, lo mismo en béisbol que en boxeo, a todo le imprimía una emoción tal que el escucha se sentía como sentado en primera fila. Otros narradores que marcaron pauta en esa época fueron Esteban Ballesté, Enrique Vera Fortique, Abelardo Raidi, Alcides Delgado, René Estévez y el joven Delio Amado León. No sólo el béisbol y el boxeo, también el fútbol, las carreras de caballos y hasta las corridas de toros se transmitían regularmente.

En el hipismo se destacaban Juan Francisco Rodríguez "Don Fulgencio", Luis Plácido Pizarello, José E. Mendoza "Miralejos", Eloy Pérez Alfonzo "Mr. Chips" y el joven prospecto "Alí Khan", Virgilio Decán. En el fútbol, René Estévez y Julián Mariño Jiménez, y en los toros, Alejandro Arratia Oses y Antonio Aragón.

Los primeros programas eran costumbristas, pero con mucho humor. *La familia Bachipluma* por Radio Caracas, *Don Facundo Garrrote* por Radio Cultura y *La terrible Jefatura* por Radiodifusora fueron los primeros en consolidarse junto a *El Galerón Premiado*, con Rafael Guinand. Años más tarde, por Radio Continente, surgieron *El bachiller* y *Bartolo*, con Amador Bendayán y Abel Barrios, y *La bodega de la esquina*, con Bendayán y Mario Santacruz, según libretos de Carlos Bosque. Tal vez, uno de los más destacados fue *Frijolito* y *Robustiana*, protagonizado por Carlos Fernández y Ana Teresa Guinand, según libretos del propio Fernández, considerado como el mejor libretista-productor de esa época dorada. Era un programa criollo, crítico y humorístico a través de Radio Caracas.

En los programas musicales se destacaban como animadores al complacer peticiones, Eduardo Zárraga y Musiú Lacavalériè por Radio Caracas y Guillermo Ortega Lara por Radio Cultura.

Entre los noticieros, sobresalían *El Reporter Esso*, con Amable Espina y Marco Antonio Lacavalériè; *Panorama Universal*, con Martínez y Alcega, y *El Portavoz del mundo*, con Paulo J. Rivas. Una de

las mejores voces en noticias fue Pedro José Fajardo, cuyos éxitos en Radio Caracas le ayudaron a convertirse en locutor estelar de noticieros en la BBC de Londres.

Entre las grandes voces de la época hay que mencionar también a José Matías Rojas, Rafael Guillermo Zamora, Jorge Lamas, Jesús A. Phillips, Antonio José Istúriz, Leandro Azuaje, Lázaro Frank Reyes, Oscar Rickel, Luis Gerardo Tovar, Alfredo José Mena, Carlos Quintana Negrón, Francisco Amado Pernía, Armando Lira, Foción Serrano, Pedro Miguel Suárez, Juan Manuel Álvarez y Cristóbal Rodríguez Pantoja.

También la cultura tuvo una buena época durante el reinado de la radio. Un buen ejemplo fue *El torneo del saber*, programa de cultura general producido por ARS Publicidad para Radio Caracas. El panel lo integraban Arturo Uslar Pietri, Miguel Acosta Saigones, Alejo Carpentier, Franklin White con Raúl Sanz Machado como locutor. Otros muy buenos programas del género fueron *Montescro*, con Carrado Galzio; *Por el mundo de la música*, con José Antonio Calcaño; *La enciclopedia del aire*, con Vásquez Cárdenas, y *Fantasías dominicales*, con Reinaldo Espinoza Hernández.

A partir de 1952, al aparecer la televisión, se inició un movimiento de este nuevo medio que comenzó a mermar la calidad y sintonía de la radio. Los principales talentos de la televisión se prepararon en el exterior y en el propio país para recibirla. Muchos fueron los directivos, técnicos y artistas que pasaron a la TV. Sin embargo, algunos radiodifusores sin acceso a ella se dedicaron con mayor pasión a su radio, logrando contener por unos cuatro años el fantasma del boom televisivo.

Los elementos que ayudaron a la radio en esta nueva situación son las siguientes:

- A partir del 23 de enero de 1958 se abrió el compás de la libertad de expresión. Surgieron nuevas formas de noticieros: *Radio Reloj Continente* y *Noti Rumbos*, con un estilo dinámico, locución ferriada, campanitas y "manchetras" populares.
- Se concentraron los bloques de radionovelas en dos estaciones, Radio Rumbos y Radio Continente, con sus respectivos circuitos nacionales. Entre 1958 y 1968, Radio Continente y Radio Rumbos se convirtieron en pilares de la radiodifusión comercial, no sólo por sus estaciones matrices, sino por sus circuitos nacionales que competían en todo. En radionovelas, por

ejemplo, con los mejores elencos: Arquímedes Rivero, Héctor Hernández Vera, Mahumapi Acosta, Hilda Moreno, René de Pallás, Daniel Farías, Adolfo Martínez Alcalá y Argenis Chiribella, por nombrar algunos. Radio Rumbos y el circuito del Caracas, con Delio Amado León, contra el del Magallanes con Felo Ramírez, o el de La Guaira con "Musiú" Lacavalériè, por Radio Continente. *Noti Rumbos* frente a *La vida de las canciones*, es una digna competencia para los radios populares.

- Se agruparon emisoras de Caracas con emisoras del interior y se forman nuevos circuitos.
- Surgieron estilos mucho más modernos (para los grupos socioeconómicos ABC) en emisoras tradicionales de larga trayectoria, como Radio Caracas y Ondas Populares.
- Aparecieron los radiorreceptores portátiles, ideales para conquistar nuevas audiencias en playas, jardines y campos del interior, así como para facilitar la movilidad del ama de casa.
- Se incrementó el número de automóviles, taxis y autobuses con receptores de radio.
- Aumentó el tránsito en las primeras ciudades, generando una mayor cantidad de oyentes.
- Nacieron nuevos estilos como Radio Aeropuerto y Radio Capital.

Todo comenzó en Radio Caracas Radio con la llegada de un nuevo director, Peter Bottome, quien cambió el estilo de los locutores. La música norteamericana estaba de moda; se eliminaron radionovelas y transmisiones hípcas y deportivas. Todo pasa a ser de gran calidad y los locutores son de la talla de César Pinto, Walther Parra, Aureliano Alfonzo, Carlos Quintana Negrón, Rubén Darío Villasmil, Alfonzo Álvarez Gallardo, Luis Turmero y Alfredo Ledezma.

De manera simultánea, surgió una nueva emisora, Radio Aeropuerto, promovida por Luis Hernández Solís, estrictamente instrumental y con voces femeninas muy sugestivas dando la hora y los informes sobre vuelos nacionales e internacionales. Su "voz estrella" fue Ana Martínez, y en las noticias Efraín de la Cerda.

Luego, Radio Caracas Radio, bajo la dirección de Oswaldo Yepes, se consolidó con su estilo moderno, agregando voces de gran impacto como la de Alfredo José Mena con el *Hit Parade de Venezuela*, la de Clemente Vargas Jr. con el *Desfile de éxitos* y la de Eduardo Morell con *El tragadiez*.

En las emisoras populares surgieron Armando Palacios, "El discjockey de Venezuela", y Fidias Danilo Escalona, creador del término "salsa". También apareció José Luis Seijas Nuñez, quien, además de locutor, figura entre los mejores productores del país. Surgieron emisoras populares como Radio Tiempo, con sus "dos ligaditos", y Radio Cultura cambió su nombre por el de YVKE Mundial.

Por otra parte, ante la alta sintonía dentro de los automóviles, comenzó la información sobre el tránsito desde la avioneta "Tango Tango Fox", por Radio Caracas, así como desde motocicletas y helicópteros. Se incrementó el interés por la sintonía de emisoras en vehículos particulares y taxis, comenzado un nuevo reinado para la radio.

Hacia 1968 se unen en un proyecto los productores Tito Martínez del Box, de *Radio Rochela*, y Oswaldo Yepes, del *Hit Parade de Venezuela*, quienes junto con el industrial Radamés Lebrón adquirieron la emisora La Voz de la Patria (710 AM en Caracas) de monseñor Jesús María Pellín. Así comenzó Radio Capital, la primera emisora de corte juvenil que logró impresionar a Venezuela. En las noticias se impuso el fresco estilo de Adolfo Martínez Alcalá, que abarca sus editoriales y su "mancheta" capital. Su jingle identificativo, "Oigo Radio Capital", se convirtió en un símbolo de la juventud en la época de la guerra de Vietnam, los hippies, la protesta y los Beatles.

Radio Capital se apoyó en espectáculos en vivo traídos al país por solicitud de sus oyentes; desde Joan Manuel Serrat, The Police, The Queen y Donna Summer hasta las "200 milias de Venezuela", con Johnny Cecotto, impulsaban sus promociones. Allí nacieron los más famosos locutores de los años 70: "Cappy" Donzella, Napoleón Bravo, Iván Loscher, Plácido Garrido, "Musiuíto" Laca-valériè, Tinedo Guía, Amauri José Díaz, César Maldonado, Néstor Mena, "Chepo" Bustamante, Gerardo Antonio Tirado, Enrique Hoffman, Gustavo Pierralt y Alfredo Escalante.

En opinión y entretenimiento, además de la *Radio Rochela Radio* y el *Hit Parade* (en el aire desde 1957), surgieron programas como *Gente en Ambiente* y *Especialísimo* con Napoleón Bravo; *Dos generaciones*, *Renny en su radio*, *A Full Chola*, con Juan Manuel La Guardia de la mano de Lumute; *Rueda libre*, con Pedro León Zapata, "Gratero-lacho" y Orlando Urdaneta.

Este boom juvenil no se quedó sólo en Radio Capital. En efecto,

Éxitos 1090, de Enrique Cuzcó, se lanzó también a la pelea con gente como Carlos E. Ball y Jesús Leandro, quienes, en forma ágil y muy musical, lograron conquistar los primeros lugares de sintonía. Sus espacios más importantes fueron *Las cuatro del color*, varias veces al día, y *Las 20 grandes del color*, al final de las tardes y los domingos. Radio Caracas Radio también compitió con Capital y 1090, cambió su identificación a 750 y logró alcanzar el primer lugar, con Jofre Maestracci, Ramón Mata, Víctor Hugo Bracamonte e Iván Loscher.

Los musicalizadores se destacaron igualmente, y los nombres de Carlos Raybans y Gonzalo Lazzari en Capital, Gerardo Marquina en 1090, Santiago Moreno en "La pantera 990" y en "La estación de la alegría" (Difusora) dejaron buenos ejemplos. Mención aparte merece una producción de Rafael Silva, *Nuestro insólito universo*, tal vez el microprograma de más éxito de todos los tiempos, con Porfirio Torres como locutor.

Aunque al promediar la década de los años 70 los caraqueños podían disfrutar ya de una FM Estéreo, ésta era de tipo cultural. Se trataba de la Emisora Cultural de Caracas 97.7, obra de Humberto Peñaloza. Fue a finales de la década de los 80 cuando el gobierno nacional decidió otorgar las primeras concesiones de FM comercial. La primera de ellas fue KYS FM 101.5, aunque la primera en salir al aire resultó ser Éxitos 107.3 y la 92.9.

Pero lo más importante era el hecho de que, con la llegada de las FM Estéreo, se promovía una transformación en la radio y comenzaba precisamente aquello que los publicistas estaban esperando: la segmentación por estilos de música, noticias, ritmos, etc. Esto quiere decir que de aquella radio de los primeros treinta años, donde todo se podía mezclar, se llegó a una segmentación por especialidades, muy útil en el momento de invertir en publicidad radial. Los segmentos tradicionales eran por grupos socioeconómicos o por estilos; por ejemplo: Emisora popular C y Emisora juvenil ABC.

Ya en la década de los 90, con el auge de las FM, las emisoras de AM también despertaron y tomaron nuevos caminos. El ejemplo más importante lo constituyó Radio Caracas Radio 750, que dejó la música por completo y se convirtió en la primera emisora dedicada día y noche a la información. Surgió así RCR, con su productor Julio César Camacho, quien logró gran popularidad y sintonía;

mientras tanto Radio Capital aumentó sus horas de comentarios y humorismo y YVKE Mundial combinó la música popular con noticieros estelares muy populares.

Los nuevos segmentos incluyen emisoras populares juveniles, emisoras populares de adulto, emisoras "adulto contemporáneo", emisoras sólo de recuerdo, emisoras sólo de jazz, emisoras sólo de música romántica y muchos otros estilos. En fin, hay mucha variedad, pero cada una en su estilo y sin mezclarse. Desde luego, eso permite que el público disfrute cada vez más del sonido estereofónico en la radio. Dentro de las innovaciones presentadas por las FM podemos destacar el convenio realizado entre la emisora KYS FM 101.5 y el Metro de Caracas, mediante el cual la programación de esa emisora se escucha en forma exclusiva en todas las unidades de Metrobus, logrando acceder a más de 100.000 oyentes diarios.

Otros nuevos segmentos, tal vez en estado experimental, hacen su aparición con las FM en 1992. Se trata de la llamada "radio participativa o interactiva". Aunque se ha dado en emisoras de opinión, ha sido en las de corte juvenil donde se han obtenido los más altos porcentajes de sintonía. En las emisoras ABC- Adultos se destacan César Miguel Rondón, "Mingo" y Ana María Fernández, Ingrid Priego y Antonio Olivieri, Alfredo Peña, etc. El primero y más sintonizado en audiencia juvenil resultó ser el programa *Cualquier cosa*, producido por Eli Bravo en la MEGA 107 de Caracas. Además, hay otros espacios en competencia como *La hora del Gato*, por la 92.9, con el animador Guillermo Tell Troconis: el público joven llama por teléfono y participa en temas culturales, musicales y humorísticos. Otros programas de este segmentos son *El Zoológico* y *El Manicomio* por la 92.9 y la 89 X de Caracas.

En el país hay ya más de 100 emisoras FM, las cuales junto a las 200 de AM siguen compitiendo en diferentes estilos, manteniendo esa cercanía entre el público y la radio que han corroborado los momentos más difíciles vividos por el país. Gracias a una tecnología novedosa, y a través de una revista virtual, Radio KYS FM se convirtió en la primera emisora venezolana en la red, 24 horas diarias y en forma directa, de manera que, en cualquier parte del mundo, si se cuenta con una computadora, se podrá escuchar la radio venezolana.

El tema que me toca tratar es la evolución de la radio, desde la programación variada hasta los programas por segmentos. Para eso quiero considerar primero las características de la radio en sus comienzos, cómo era esa radio y cómo eran sus programaciones, todas muy parecidas. Sucedió lo que sucede ahora con la televisión, que todas tratan de tener novelas a la misma hora, shows a la misma hora.

Cuando se dice que las emisoras tenían una programación variada es porque iban dirigidas a todo tipo de público, pero esto no ocurría durante todo el tiempo, porque "entraba" un público radioyente y "salía" otro. Desde luego que había gente que estaba todo el día oyendo radio, pero, por lo general, las emisoras iban cambiando de estilos, de segmentos, de tipos de programación durante todo el tiempo. Así encontramos, por ejemplo, que las emisoras empezaban a las 6 de la mañana leyendo el periódico, como todavía se hace, en programas como *El portavoz del mundo* y *Panorama Universal*, que están entre los primeros de ese tipo que se hicieron. Más tarde aparecieron microprogramas de noticias como *El Reporter Esso* y *El diario hablado*, y tiempo después, dentro de la misma categoría de las estaciones de programación variada, *Notirumbos* y *Radio Reloj Continente*. Esto quiere decir que, generalmente, la apertura de la programación se hacía con un noticiero o microprogramas deportivos, después se ponía un poco de música, que podía ser instrumental o cantada, algunas más populares que otras, pero siempre música popular. Le seguía un bloque de radio-novelas; era clásico que a las 8 de la mañana empezaran por Rum-

bos, Continente, Radio Caracas Radio y Radiodifusora de Venezuela, que a veces transmitían hasta cinco o seis novelas seguidas, que antes llamaban "comedias".

Más o menos entre las 10:30 y 11:00 de la mañana, le tocaba el turno a los programas de peticiones. Aún no existía el discjockey, que llegó después. Allí las personas hacían peticiones de discos que estaban de moda, y el locutor las complacía. Al mediodía había otro noticiero y otro poquito de música; a veces era música en vivo, se presentaban orquestas o cantantes como Mario Suárez, Héctor Murga o Héctor Monteverde, acompañados por un piano, órgano, orquesta o simplemente una guitarra.

Los años 40 fue la época del trío Los Panchos. Aunque después surgieron otros tríos, Los Panchos significaron mucho en la música popular de todo el mundo, hasta el punto que pueden compararse, desde el punto de vista del éxito, con Los Beatles. Ellos también eran autores e intérpretes de sus canciones, con las que dieron la vuelta al mundo: llegaron a Japón, Inglaterra, a todas partes, incluyendo las tantísimas veces que vinieron a Venezuela. Después de ellos surgieron otros tríos como Los tres ases y Los tres diamantes. Aquí en Venezuela también tuvieron sus seguidores El trío Maristani, con Marco Tulio Maristani; Los latinos, con Luis Cruz -el autor de "Cumpleaños Feliz"-; y el trío Hirahara, de música criolla. En general había muchos programas de duetos, tríos y conjuntos criollos, como el de Los Torrealberos, con Juan Vicente Torrealba, uno de los grandes compositores de música criolla moderna y que apareció más o menos en el año 52. También tuvieron mucha aceptación los programas en vivo de 15 minutos o media hora, que le gustaban mucho a la gente, pero en los que no figuraban las grandes orquestas ni invitados internacionales.

Después de la siesta, empezaba otro bloque de novelas, por lo general a la 1:00 de la tarde. Casi siempre en ese horario los temas eran de aventuras, casualmente eran las mismas comiquitas que hoy en día aparecen en el periódico pero que entonces las pasaban por radio. *El Fantasma*, *Batman y Robin*, *Superman*, *Por el mundo de la aventura*, que yo escuchaba por los años 40, eran maravillosas y divertidísimas. El ritmo de los programas de acción, unido a esa mezcla de suspenso, amor y acción, se mantuvo con programas como *Martín Valiente* y *El gavilán*, hasta que prácticamente terminaron las radionovelas. Por cierto, estos dos últimos espacios com-

petían entre sí, eran de Radio Rumbos y de Radio Continente, en los años 60 y 70. Arquímedes Rivero, quien hacía *Martín Valiente*, era el productor de todo el bloque de radionovelas de Radio Rumbos. En Radio Continente estaba Daniel Farías, quien interpretaba al protagonista de *El gavilán* y era un actor romántico de televisión que abandonó la actuación para dedicarse a dirigir. Eran héroes justicieros, igual que “El Zorro”, pero “El Gavilán” estaba ubicado en Petare y “Martín Valiente” en cualquier ciudad del interior. *Los tres Villalobos* es otra recordada serie de aventuras.

Después de las novelas de acción, se transmitían tres o cuatro radionovelas más, y enseguida venían los programas musicales que estaban en una onda que hoy sería participativa, como *Complaciendo peticiones*. En una época hubo otro más famoso que se llamó *La canción que a usted le gusta*, que hacía Guillermo Ortega Lara, de 11:00 a 12:00 del mediodía y de 2:00 a 5:00 de la tarde, y que estuvo originalmente en Radio Cultura –hoy YVKE Mundial–, luego en Rumbos y en Ondas Populares, y al final pasó por varias estaciones. Después sí empezaron los discjockey con el programa del *Hit Parade*, donde decíamos “ésta es la que está subiendo, la que se vende más, la que está bajando, ésta se perfila como un pronóstico...”. Fue en 1957 ó 58, hasta que todo comenzó a cambiar y se llegó a la segmentación actual de acuerdo al tipo de música.

Volviendo a la programación, ya en la tardecita, hacia las 5:00 ó 6:00 de la tarde, se presentaban musicales en vivo. Cada emisora tenía sus programas estelares. Entre los que más recuerda la gente figura *A gozar, muchachos*, en Radio Caracas, animado por “Musiú” Lacavalériè y con la Billo’s Caracas Boys, una orquesta que todavía existe pero que en aquella época causaba furor; era la que más vendía, la única que realmente se peleaba con Luis Alfonso Larrain la venta de discos y la sintonía. A las 5:30 comenzaba *Sonrisas Colgate*, un programa de humor y música, a cargo de la orquesta de Luis Alfonso Larrain. El humorismo lo desarrollaban los elencos de la época: Tomás Henríquez, Charles Barry, Gadea Pérez..., más o menos la misma gente que trabajaba dos horas más tarde en *Fiesta Fabulosa*. Ya en la noche, cerca de las 7:00, venía otro bloque. Y estoy generalizando porque casi todas las emisoras tenían lo mismo a las mismas horas, con diferentes nombres; además, se quitaban los programas de una a otra. También estaba el programa

humorístico de Amador Bendayán, *El bachiller y Bartola*, y después venía *Frijolito y Robustiana*.

La novela infantil también tenía su espacio en *Ángeles de la calle*, que últimamente la llevaron a la televisión. La otra estación tenía una de aventuras, *Tamakún, el vengador errante*, con Armando Palacios, un locutor que después fundó el programa *El discjockey de Venezuela*, que tuvo mucho éxito en las emisoras con la promoción disquera.

En esa época, las novelas duraban entre 15 y 20 minutos, con cinco comerciales. A veces, después venía algo más de humor, programas como *Fiesta Fabulosa*, que se transmitía de 8:00 a 9:00 de la noche, o *El show de Renny*, que era un show diario donde se presentaban atracciones internacionales y algunos artistas locales. En otras estaciones estaban *La caravana Camel*, *Cada minuto una estrella* o *Varietades Esso*; cada emisora tenía su *Fiesta Fabulosa*, pero con diferentes nombres. En una tocaba la Billo's, en otra Luis Alfonso Larrain y en otra la orquesta de Pedro J. Belisario. Estaba también la orquesta de Rafael Minaya, un dominicano que trajo a Billo Frómeta a Venezuela, y la de Aldemaro Romero, uno de los grandes compositores y directores de orquestas en Venezuela.

Y cuando llegaban las 9:00 de la noche, mientras en algunas emisoras se presentaban radionovelas, en otras había algún programa de poesía o cultural como *El torneo del saber*, en el que los oyentes enviaban sus preguntas y, si el jurado no lograba contestarlas, se ganaban un premio. El panel estaba conformado por jóvenes de buena presencia y prestigio, como Franklin Whaite en la parte deportiva, Arturo Uslar Pietri en la literaria o Miguel Acosta Saignes. Esto era más o menos en el año 55 ó 57. Otro programa muy conocido era *La enciclopedia del saber*, que hacía Rafael Antonio Vásquez Cárdenas, duró muchos años y que fue el baluarte de los espacios culturales. Al principio, cuando empezaba un programa cultural, 90% de las personas apagaban la radio, preferían escuchar música o novelas. Ese tipo de programación siempre ha sido de muy poca sintonía, pero esos dos programas destacaron mucho. Surgió también otro que se llamaba *Fantasías Dominicales y Montesacro*, con el profesor Conrado Calcio y en el que se recreaba la identificación cultural italo-venezolana.

Este era el tipo de programación en la época que hemos denominado "la década de oro", y que va de 1945 a 1955 y hasta un

poco más, porque después Radio Caracas cambió de estilo, Radio-difusora también bajó la guardia, pero en cambio Radio Rumbos y Radio Continente eran los grandes líderes que se peleaban la sintonía. Se trataba de una programación variada, muy distinta a la actual de cualquier estación que es más específica, más segmentada.

Pero esa programación, que era tan buena y que tenía tanto éxito, disminuyó un poco con la aparición de la televisión, en el año 1952. Primero, con el canal 5, después con el 4 y luego con el 2, que al principio era el Canal 7. Los grandes directivos, los grandes productores de la radio se entusiasmaron con la televisión y fueron dejando la radio a la deriva. Muy pocos radiodifusores trataron de mantenerse "al pie del cañón" o "en el timón de su barco". Casi todos se deslumbraron con la televisión.

Gonzalo Veloz Mancera, uno de los más importantes pioneros de la radio, fundador de Radio Cultura y de otras estaciones de radio, fundó la primera estación comercial de televisión en Venezuela, Televisa, que luego se llamó Venevisión. La gente de Radio Caracas Televisión no se quiso quedar atrás y como había sido pionera en radio quiso también hacer televisión. Hay que recordar que en la época de Marcos Pérez Jiménez, la cuestión política era muy cerrada y era muy difícil conseguir una concesión para radio y televisión. Aún así, la televisión golpeó bastante a la radio. En un principio no se notó mucho, pero después sí. Todavía en 1955 y en 1956 la radio se mantuvo más o menos bien porque no había tantos televisores. La gente más popular oía era radio, y costó que buscaran dinero para comprar aparatos de televisión. Pero poco a poco fue creciendo la demanda y los anunciantes empezaron a publicitar con más interés.

Al principio los anuncios de televisión se hacían con una especie de cartón que decía, por ejemplo, "Tome Pepsi Cola", con el logotipo. No había muchachas patinando, ni nadie tirándose por un trampolín a una piscina. Las cuñas de televisión o las hacían los locutores en vivo o pasaban unos *slides* llamados "telos": la cámara enfocaba los cartoncitos y aparecía uno que decía "La mejor bebida para el calor", "A toda hora le cae bien", y así iban pasando uno y otro.

A mí, particularmente, me desilusionó mucho la llegada de la televisión. Yo era tan fanático de la radio, que todo me lo imaginaba. Porque esa es la magia que tiene la radio, que activa la imagina-

ción, cada quien se imagina lo que quiere; que si el río está lleno de peces o de barro, o el caballo puede ser blanco o azul, como a uno se le antoje. Cuando llegó la televisión, yo pensaba que iban a poner un programa como *Fiesta Fabulosa* y, efectivamente, comenzó *La revista fabulosa*, en el que todo el mundo cantaba como si fuera un programa de radio. Las telenovelas tenían como escenografía cuatro paredes de anime con unos muebles muy extraños, no había color, y eran muy fastidiosas, se hacían en vivo y duraban apenas 10 minutos.

Pero la televisión empezó a mejorar y la radio a decaer en calidad, la fueron abandonando. La gente empezó a estudiar más para así poder entrar a la televisión, donde había elementos técnicos nuevos como los noticieros. Al principio, los noticieros de la radio se leían por televisión y de vez en cuando ponían una foto o enfocaban el cartelito del protagonista de la noticia. Después empezaron a utilizar los servicios de Bolívar Films y de Tiuna Films, empresas que hacían noticieros en cine una vez a la semana. Uno de ellos era *Noticiero Nacional* y el otro *Tiuna Color*, pero eran muy lentos, porque si sucedía algo a las 3:00 de la tarde, mientras revelaban el material, recién lo podían poner al día siguiente.

Recuerdo que uno de los grandes adelantos de la televisión fue traerse una máquina con la que uno filmaba y mandaba los rollos sin revelar. No había video tape como ahora, sino que se hacía con películas que se metían por un lado y, en más o menos 45 minutos, salían por el otro lado totalmente listas para llevar al aire. A mí me tocó traer la primera máquina de esas. Por pura casualidad, cuando trabajaba en televisión, fui con Peter Bottome, directivo del canal, a la NBC, una de las compañías más grandes de televisión. Allí compramos algo que parecía un proyector –no recuerdo el nombre– y que pesaba muchísimo. Cuando salimos Peter y yo del canal en Nueva York, empezó a nevar y como él tenía muchas cosas que hacer, me pidió que llevara el paquete al hotel. Con la nevada era imposible conseguir un taxi, así que tuve que cargarlo por lo menos 14 cuadras, por eso tengo gratos recuerdos de la primera máquina de revelado inmediato de Radio Caracas Televisión.

Y recordando a los grandes personajes, tengo que hablar de Edgar Anzola, cuyo hijo Alfredo, que es cineasta, realizó la película *El misterio de los ojos escarlata* en homenaje a su padre. Edgar fue

uno de los grandes pioneros de la radio: fundador de la Broadcasting Caracas, trabajó también en la primera emisora radial llamada Ayre y trajo a Caracas el primer automóvil, el primer proyector de cine a Venezuela, los primeros tocadiscos y las primeras vitrolas. Fue un personaje muy interesante.

Gonzalo Veloz Mancera contaba que en la época de la radio en vivo se hacían clásicos de la literatura como *La guerra y la paz*, y que para los efectos de sonido de la guerra se utilizaban triqui-traquis a los que se les ponía una mecha que, al ser encendida, producía un sonido que parecía una guerra real, efecto al que contribuían los antiguos micrófonos. Otra anécdota es la de Lolita Lázaro, quien era una excelente actriz de teatro. Era "la mala" de la novela *El derecho de nacer*, y un día, sumamente apurada, tomó un taxi en Quinta Crespo para ir a Radio Continente, que estaba en el casco central de la ciudad.

-¡Señor, lléveme rápido!

-Y usted ¿por qué está tan apurada?

-Es que yo soy la protagonista principal de la novela, y si no llego, será un desastre, porque el de hoy es un capítulo muy importante.

-Mire, yo esa voz la conozco. Me hace el favor y se baja ya, en mi carro no se monta.

Después de una larga perorata, el taxista la bajó y la pobre tuvo que correr cuatro cuadras para llegar a tiempo a la radio.

Este tipo de anécdotas demuestran cómo la gente se penetraba con lo que oía en la radio. Hay anécdotas muy románticas, como la que me contaba Rafael Guillermo Zamora, uno de los grandes locutores de la radio en Venezuela. Él era locutor en Radio Barquisimeto, complacía peticiones y leía poesía. Radio Barquisimeto era una de las emisoras de mayor potencia en el país, junto con Radio Rumbos, hasta el punto que en un momento dado llegaron a ser las verdaderas líderes en cobertura. El hecho es que había una muchacha que lo oía desde Ciudad Bolívar y que le mandaba cartas, y a la que él le dedicaba canciones y poemas. Así se fueron enamorando y a pesar de que nunca se habían visto, tenían año y medio de noviazgo por radio y por correspondencia. Por esas cosas de la vida, él fue el estado Zulia para asistir a la boda de un pariente. Allí se conocieron, porque ella también había sido invitada, y al día siguiente, entusiasma-

dísimos, buscaron dos testigos y se casaron, y compartieron 45 años de feliz matrimonio.

Cuando la televisión golpeó duro a la radio, ya en los años 60 y pico, comenzaron los radiodifusores a inventar otras cosas. Por otro lado, los técnicos inventaron los radiecitos pequeños a transistores, para que la gente pudiera llevarlos adonde quisiera, y también se comenzaron a fabricar automóviles con radio incluido. Los radiodifusores se dieron cuenta de que el nuevo radioescucha era el automovilista, de que el hogar como factor de sintonía y de ventas iba a ceder su importancia al automóvil. Por ejemplo, ya en el año 1959, Peter Bottome, hijo de los Phelps y que había estudiado en Estados Unidos, regresó con ideas muy modernas y lo primero que hizo fue eliminar la programación de Radio Caracas que ya estaba en decadencia, y la convirtió en una emisora de música muy moderna. Más tarde, durante su exilio en México, a Luis Hernández Solís le gustó mucho una emisora llamada Radio Aeropuerto. Cuando volvió al país solicitó una frecuencia para montar Radio Aeropuerto aquí, que resultó ser innovadora porque radiaba solamente música instrumental, ahí no cantaba nadie, y en lugar de locutores, tenía locutoras con unas voces muy sensuales, muy empalagosas, que anunciaban los vuelos de los aviones. Así, la gente que iba a viajar se acostumbró a escuchar esa emisora, por lo que logró un rating altísimo.

Esos dos primeros esfuerzos, el de Radio Caracas y el de Radio Aeropuerto, se unieron a los solitarios intentos de algunos productores que queríamos hacer algo distinto. Yo comencé con el *Hit Parade*, que fue mi primer trabajo en radio. Primero lo hice en Radio Cultura, después lo pasé a Ondas Populares, que era una emisora donde estaba surgiendo una nueva generación de discjockey. Allí se destacó Armando Palacios, quien había interpretado el papel de "Tamakún" en la radionovela del mismo nombre; Eduardo Morel, tal vez el mejor discjockey promotor de discos por radio en Venezuela; y más tarde Luis González Jiménez, quien tenía un programa al mediodía llamado *La hora perfecta*. Estos fueron los pioneros del *discjockeismo* en Venezuela, que después se ampliaría con el boom de Radio Capital, de 1090, Tropical, La Pantera y otras estaciones.

Una nueva iniciativa importante de competición la protagonizaron Radio Rumbos y Radio Continente, con la programación

muy parecida a la de los años 40 y 50. La mantenían en los programas en vivo de la tarde, con espacios de peticiones, discjockey, radionovelas de aventuras, románticas, noticias... Quiere decir que en esas cuatro emisoras se concentraba 90% de la sintonía de la radio en los años 60 y parte de los 70: Radio Rumbos, Radio Caracas, Ondas Populares –que era más juvenil, más informal– y Radio Aeropuerto, con su música instrumental.

Yo tenía 17 años y mis amigos que viajaban o estudiaban en Estados Unidos me sugerían que hiciera algo diferente a las usuales complacencias. Como no existían los cassettes, me contaban cómo eran y yo, por mi parte, trataba de oír por onda corta a Dick Clark, un señor que estaba comenzando por allá con mucho éxito. Al principio, mi programa se llamó *El marcador musical: el auténtico Hit Parade de Venezuela*, porque no se sabía si esa palabra ya estaba registrada con anterioridad, y en radio o televisión, si uno se descuida, le meten cualquier demanda o hay que pagar una fortuna por el uso indebido de una marca. Pero todo el mundo decía que era el "Hit Parade", y en esa época los jóvenes comenzaron a interesarse bastante por la radio. Eduardo Morel tenía un programa por las tardes que se llamaba *El metrónomo musical*, pero la mayoría lo identificaba como "El tragadiez", que iba de 3:00 a 5:30 de la tarde; Armando Palacios estaba en la mañana y al mediodía González Jiménez. Clemente Vargas Jr. surgió también de ese grupo. Yo me fui después a Radio Continente y Eduardo Morel a Radio Tropical. Más tarde volvió a Radio Caracas, a donde regresó el *Hit Parade*, pero ya sin mi animación porque me nombraron director de la radio, y me dijeron que no podía competir con mis compañeros, cosa que me pareció muy lógica. En total estuve sólo cinco años haciendo el *Hit*.

Radio Rumbos, Radio Caracas, Ondas Populares y Radio Aeropuerto, aún hoy, tienen una programación semi-variada. En aquel entonces buscaban unos estilos que no tenían definidos: Radio Aeropuerto se había ido por lo instrumental y siempre estaba en primer lugar; ese lugar se lo quitó Radio Caracas Radio y más tarde Radio Capital, pero Radio Aeropuerto fue la número 1 en automóviles durante mucho tiempo. Las emisoras grandes, que eran las populares, se defendían y seguían siendo negocio. Crearon cosas tan importantes como el circuito nacional, así apareció Radio Rumbos y su gran cadena nacional, al igual que Radio Continente. Eran

muchas emisoras, por eso se aprovechó la aparición de las cintas para enviar las novelas grabadas adonde no llegaba la señal; en ocasiones se iban encadenando y algunas llegaron a tener cadena directamente de las microondas para hacer los circuitos nacionales. Esto se llevó a cabo entre 1955 y 1975, posiblemente hasta 1980.

La otra cosa importante que hay que apuntar y que hizo que la radio se mantuviera con vida fue la llegada de la democracia. La gente podía hablar, quejarse, comentar. Así aparecieron los editoriales de Radio Capital, las manchetas de Rumbos y Continente con las campanitas tan características, los programas como *El espejo de la ciudad*, con Alberto Ravell, y el diario *El pimientoso*, con Gonzalo Veloz Mancera. La radio empezó a vibrar realmente y a meterse en cuestiones de política sin ningún temor, aunque los gobiernos siempre han sido muy susceptibles a todo comentario adverso. Pero ya no era como en la dictadura, que uno sabía que no se podía hablar y punto. Después vendrían los programas de opinión.

Cuando se fundó Radio Capital, la idea inicial era combinar en su programación música, noticias y humorismo. Al mediodía teníamos divertida a la audiencia durante la cola del tráfico, todo el mundo iba a almorzar a su casa y aprovechaba para escuchar el programa en su automóvil. También había programas de humor a mitad de la mañana y a mitad de la tarde, con el mismo elenco de *Radio Rochela*, porque Tito Martínez del Box, dueño y fundador del programa, era socio de Radio Capital. Lamentablemente sufrió un accidente y tuvo que vender sus acciones, y la radio se quedó sin humorismo y sin novelas. Tomamos entonces una decisión que a largo plazo nos resultó muy favorable: ser una emisora juvenil con tres noticieros compactos de 15 minutos narrados en forma joven y amena. Adolfo Martínez Alcalá reunía esas características, no era tan serio como los locutores de *El Reporter Esso*, en la vieja Caracas, ni tan agitados como Pedro Miguel Suárez y Juan Manuel Alvarez, que eran muy fiesteros, con *Notirumbos* y *Radio Reloj Continente*.

Con un equipo de locutores irreverentes, enmarcados en un ambiente de protesta, predominantemente hippie, contestatarios todos, Radio Capital experimentó un inusitado auge que modernizó notablemente la música y la forma de comunicarse. Fue la primera emisora que realmente dedicó su programación a los jóvenes, pues estábamos rompiendo con el molde de la programa-

ción variada. En aquel momento se hablaba de emisoras ABC y D. Radio Caracas, al igual que Aeropuerto, tenía una programación dirigida a los grupos socioeconómicos ABC; Continente y Rumbos contaban con programación D, y el resto de las emisoras no tenían un público definido. Por esa razón, se dificultaba venderlas. Teniendo programas en Radio Tropical y Radio Cultura, me costaba mucho conseguir clientes. En una época, en cambio, me fui con el *Hit Parade* a Radio Continente, de 10:30 a 12:00 todos los días, y cuando salieron las encuestas resultó ser el segundo programa de mayor sintonía, porque *Radio Reloj Continente* era el número uno. Mientras esperaba el noticiero, la audiencia escuchaba el *Hit Parade*.

Mantener ese nuevo estilo juvenil fue fácil al principio, porque Capital era la única que lo trabajaba. Allí estuvieron Napoleón Bravo, Cappi Donzella e Iván Loscher, los pioneros de la onda juvenil. El boom de Radio Capital fue inmenso, porque se empezó a hablar de segmentación –esta palabra la inventamos hace poco–, y se comentaba que había una emisora juvenil en Caracas. Allí empezaron a anunciar Toddy, Pepsi Cola, los blue jeans, productos que nunca antes se habían interesado en la radio. Así se convirtió no sólo en un gran éxito juvenil, sino también en un triunfo económico. Se pudieron pagar todas las deudas, comprar un mejor terreno y mejores equipos, comenzó a crecer y, desde luego, no la dejaron mucho tiempo sola. Éxitos 1090 enseguida le dio la pelea y se la ganó en los años 70, porque teníamos un musicalizador al que no le agradaba el disc music y por allí se coló la competencia.

Además de Éxitos 1090, otras emisoras entraron a competir en el estilo juvenil, como Radiodifusora Venezuela, “la estación de la alegría”. Allí trabajó gente muy talentosa, como Jesús Leandro, entre muchos otros. Capital tenía que hacerse de más gente, pues la que iba saliendo formaba nuevas radios. Eso fue bueno, porque siempre contábamos con una especie de generación de relevo dentro de la radio.

Radio Tropical y La Pantera dieron de qué hablar como emisoras juveniles, mientras que Radio Caracas se había quedado adormecida por un tiempo y optó por cambiar su nombre a Caracas 750; luego, con el apoyo de la televisión, se convirtió en la número uno del formato juvenil. Para aquel entonces, ya empezaba a hablarse de tres grupos que eran ABC, DE y juvenil, y para complementar esa segmentación, surgieron las emisoras de Frecuencia

Modulada, formato muy solicitado que llegó a Venezuela con 15 ó 20 años de retraso por los conflictos de intereses de los gobernantes, los políticos, los sindicatos y la Cámara de Radio, que no se ponían de acuerdo para otorgar las concesiones. Uno de los focos de discusión lo mantenía la Cámara de Radio, que decía que los permisos de FM no se podían otorgar a gente nueva porque los radiodifusores que ya habíamos soportado la aplanadora de la aparición de la televisión no resistiríamos la competencia en FM. Así, de cada 10 permisos que se otorgaron, 3 eran para radiodifusores y el resto para gente nueva. Entre ellos salió KYS FM 101.5 en Caracas.

Si bien el primer papel que se entregó fue el de KYS, la gente de La Mega 107 salió primero al aire, ya que, por ser distribuidores de equipos, estaban mejor preparados. Nosotros salimos en segundo o tercer lugar, pero luego tobramos fuerza porque el público estaba ansioso de oír emisoras FM. Claro que ya se conocía la Emisora Cultural de Caracas, fundación sin fines de lucro dirigida por el ingeniero Humberto Peñaloza.

La aparición de las FM impulsó el surgimiento de una nueva generación de radiodifusores, productores, musicalizadores y locutores, así como una segmentación más real. Se definieron estilos como juvenil popular, adulto contemporáneo, romántico e informativo. Las emisoras AM tuvieron que buscar alternativas porque no podían seguir colocando la misma música que las FM, con un sonido de menor calidad.

Un fenómeno interesante y positivo como negocio y como ejemplo de cambio en emisoras AM lo constituye Radio Caracas. De estar en el primer lugar de emisoras juveniles, Caracas 750 volvió a ser Radio Caracas Radio, esta vez convertida en emisora informativa. Coincidió, para su fortuna, con infinidad de hechos políticos y sociales de gran importancia para el país, por lo que la gente volvió a oír radio y a querer estar informada. Mientras tanto, Mundial afianzó sus noticieros, así como Rumbos y Continente. Al descubrir el segmento informativo, otras estaciones se sumaron a este formato, como Éxitos 1090, que pasó a ser Unión Radio, y Radio Informativa, con noticias y comentarios todo el día.

PARTE III
Claves sobre el negocio de la radio

RENÉ ESTÉVEZ

El zar de la radio



A René Estévez lo hemos apodado durante mucho tiempo "el zar de la radio", porque fue un excelente locutor y uno de los mejores narradores de fútbol cuando existía la rivalidad entre los equipos de La Salle y el Loyola, que eran los principales colegios privados. Años después, René comenzó a trabajar como gerente de Publicidad de Colgate Palmolive, uno de los dos más grandes

patrocinantes de las radionovelas y de los shows musicales por radio.

En aquella época, las emisoras no preparaban los programas directamente, sino que le daban los espacios a las agencias de publicidad o a las compañías que tenían sus propias agencias internas, como Colgate Palmolive. René hacía La novela Palmolive, La novela Colgate y Sonrisas Colgate, que era un programa de humor con Luis Alfonso Larrain y su Orquesta; además era el productor de Fiesta Fabulosa, que quizás haya sido el mejor espacio de radio en vivo de toda la historia, y hacía programas con declamadores y transmisiones deportivas. En una palabra, se convirtió en el gran productor radial, desde los años 1948 hasta 1958. Después pasó a la televisión, donde produjo programas y campañas muy importantes, incursionó en la política, estuvo en el Congreso y dirigió de forma interina Televisa, antes que pasara a manos de los Cisneros. Después fundó una agencia de publicidad, con la que tuvo mucho éxito.

O.Y.

A la hora de hablar de mediciones y de rating, hay algo que no sabe nadie: las primeras que hicieron mediciones en Venezuela

fueron las jaboneras. Yo, específicamente, fui a Estados Unidos a estudiar ese aspecto que llamaban –y que me perdonen la “puertorriqueñada”– *research and survey*, y regresé a Venezuela para hacer las primeras mediciones, porque las jaboneras tipo Colgate y Procter & Gamble colocaban su propaganda de acuerdo a sus mediciones.

Con el tiempo, unos señores muy hábiles, muy buenos comerciantes, convirtieron el rating en un factor de venta. Cuando yo comencé en la radio, y de esto hace un poco más de cincuenta años, la radio no era nada, no existía absolutamente nada. Nosotros, en Colgate, comprábamos tiempo en las primeras emisoras de Caracas y las cambiábamos por programas. “Yo te hago el programa, pero tú me regalas el tiempo”, y el tiempo llegaba escasamente a las 8:30 o 9:00 de la noche. A mí me costó mucho trabajo conseguir el permiso de mi compañía Colgate Palmolive, para hacer *Fiesta Fabulosa*, que estuvo 15 años en el aire, de 9:00 a 10:00 de la noche, porque la radio fue ampliando su horario hasta cubrir toda la noche. Fueron 15 años en una posición privilegiada de rating, y ahí sí que no había mediciones raras, porque las mediciones las hacíamos nosotros mismos y no nos íbamos a engañar.

La noche es joven fue el primer programa que cubría toda la noche en radio, durante la época de oro de este medio. La gente asistía a los programas con público para ver a los artistas, porque era la única manera de verlos, aunque también podían ir al Conney Island, que abarcaba toda una manzana de los Palos Grandes. Ahí presentábamos a las grandes figuras, repartiéndonos los costos de la contratación con el Pasapoga y la emisora de radio; de otra manera, no hubiéramos podido pagar a ese gentío famoso que trajimos al país, que fue prácticamente a todo el mundo, no hubo nadie en materia de canto popular ni clásico que no presentáramos en Venezuela.

Los programas de radio en aquel entonces eran comparativamente mucho más costosos que ahora. Por ejemplo, el elenco de *Fiesta Fabulosa* estaba compuesto por los locutores Pancho Pepe Cróquer y “Musiú” Lacavalériè; las locutoras eran Carmen Serrano, las Pareja y Gladys Fernández; y los cómicos eran los mejores. *Fiesta Fabulosa* mantenía un cuadro fijo todo el tiempo y cuando venían Los Panchos, o Leo Marini, o Pedro Vargas, entonces aumentaba aún más el rating, porque era un valor agregado a lo que la gente ya conocía.

Había otros programas del mismo tipo, como *La Caravana Camel*, *Desfiles Chesterfield*, *Sonrisas Colgate*, etc., que duraron mucho tiempo. Nosotros pasamos 15 años en Colgate, o un poquito más, 17 ó 18 años, sin agencias de publicidad fuera de la nuestra, que era propia de la empresa. Empleábamos hasta las modelos. Más tarde, cuando yo me fui, sí se contrató la agencia de Joe Nova, Nova Kriswell.

Pero el fenómeno de la televisión acabó con la radio. Y la razón es muy simple: las estaciones de radio, sobre todo las del interior del país, tuvieron el problema de que cuando alguien quería poner un negocio, abría una emisora de radio. Por supuesto, cuando la televisión se les vino encima a aquel grupo de hombres muy meritorios, que en un principio hicieron la radiodifusión en Venezuela, se desesperaron y se volvieron definitivamente locos, porque no sabían qué debían hacer. Pero, los gringos, que no son locos, dijeron: "señores, la radio se va a segmentar, empielen a buscar dónde meterse en radio desde ahora".

Como dije antes, las jaboneras eran las que hacían mediciones. En mis tiempos, las mediciones se hacían en cuatro manzanas de la ciudad, ponían a un supervisor en el núcleo, en el vértice de las cuatro manzanas, porque Caracas era más cuadrada, mientras los muchachos encuestadores venían de allá para acá y tenían que entregarle cuentas al supervisor en el momento en que terminaban la acera. El supervisor muestreaba de dos a tres casas, para estar seguro de que el muchacho había ido, entonces ahí no había vuelta de hoja. Hoy en día yo comparo las mediciones de radio y dan ganas de reír. Ese tipo de mediciones tienen un margen aceptable, se les acepta una desviación de 5 a 6, pero estos estudios de uno al otro tienden fácilmente a 10 y a 15. Yo creo que es importante tener una noción muy exacta del valor que tiene la parte cuantitativa de los análisis de radio, fundamentalmente, porque la radio es esa "eterna Cenicienta" que ha pagado los platos rotos de todo el mundo...

JULIÁN ISAAC

Las noticias, un nuevo nicho de mercado

Julián Isaac es hoy en día un altísimo ejecutivo de Radio Caracas Televisión, aunque en sus comienzos fue locutor en Radio Caracas Radio y más tarde ocupó el cargo de director general. Su trabajo tiene un mérito muy especial, porque logró triunfar en el primer reto con que se enfrentó la radiodifusión de AM en Venezuela, cuando surgió el boom de las FM y todo el mundo comenzó a escucharlas.

Radio Caracas Radio se llamaba entonces Caracas 750 y estaba en primer lugar de sintonía. Julián Isaac se dio cuenta de que la música iba a ser algo muy importante en las FM, por lo que se planteó el reto de enfrentarse con algo diferente y así, junto a Julio César Bracho y otra gente, la convirtió en una emisora noticiosa, con satélites, noticieros, mesas redondas, oficinas de información, reporteros, cadenas nacionales e internacionales. A Julián Isaac se le reconoce el haber triunfado en un momento muy difícil, aplicando todos los recursos en el área noticiosa.

Radio Caracas Radio ha sido una escuela, una empresa en la que en un principio estuve delante de los micrófonos y más tarde en el área gerencial, que es la parte menos agradable del negocio, porque se gana menos y se sufre más, pero que es un reto muy interesante.

Caracas 750 es una tercera derivación de lo que fue Radio Caracas Radio, y fue la primera y por cierto muy exitosa emisora juvenil del país. Apenas contaba con 30 personas que se ocupaban de todo, especialmente de los eventos deportivos y musicales, que eran los platos fuertes de la radio. Existía también un formato DJ, donde los discjockey llevaban la batuta musical; básicamente daban la hora,

anunciaban el disco y comentaban algo con muy buenas voces, transmitían música extranjera y nacional, que entró en formato pop rock luego de la reimplantación del decreto "uno por uno". El agregado más importante que se hizo en 750 fue la incorporación de los eventos deportivos como una herramienta promocional de la radio: salía a la calle con eventos playeros, ampliados luego con la parte de animación y música, minitecas, competencias de bicicletas, patines, motos, etc. Los discjockey estaban en la calle animando las minitecas, en fin, un asunto bien "sencillo", con una logística muy complicada, pero que resultó muy exitoso. La música era más o menos la misma dentro de los formatos de la época, pero lo cierto es que era 750 una emisora AM trabajando los formatos FM.

Venezuela fue uno de los últimos países en Latinoamérica, si no el último, en el que se otorgaron las concesiones FM, en el año 1988. El resultado fue la inmediata pérdida del rating; 750 estuvo por encima de YVKE Mundial, lo que hasta hoy en día no ha logrado nuevamente ninguna otra emisora. Sin embargo, luego de la salida al aire de las FM, las AM cayeron al quinto lugar, más aún cuando salió La Mega 107 en período de prueba y logró quitarle gran parte del mercado. No tenían comerciales, era sólo música continua, había llegado la fiebre de las FM y quien no escuchaba La Mega, era porque no tenía la banda para FM en su radio. 750 cayó hasta el puesto número 12; más tarde, otra FM comercial iniciaría su período de prueba, era KYS FM, mientras que Caracas 750 sufrió una drástica reducción de ingresos. Y a pesar de que fue un año exitoso para la radio, todo eso significó una importante pérdida en dinero, por lo que se tuvieron que tomar ciertas medidas.

Al parecer, la única emisora que se preparó para la aparición de las FM fue Capital 710, que poseía un formato *talk show*, una mezcla de comentarios y música, por lo que a ellos no les afectó tanto. Indudablemente, fue 750 la que primero perdió vigencia; en ese momento, la emisora era manejada por Arnaldo Salazar, con un equipo formado por Peter Bottome, Marcel Granier, Carlos Raiban, William Rey y yo. Nos preguntábamos qué hacer, y las opciones eran las siguientes: alquilar la estación, venderla, cerrarla o transformarla en una emisora popular, que era la opción más rápida y fácil. Otra alternativa era explorar nuevos mercados, descu-

brir lo que en mercadeo se llama "nichos de mercado", y encontramos que el público ABC mayor de 25 años quería estar informado. Ahora bien, la información no requiere de buena calidad de sonido, y no existían emisoras netamente informativas. Con esas premisas tomamos la decisión, entre otras razones, porque debimos reconocer que reaccionamos tarde y que la materia informativa comenzaba a tener un gran interés para la gente, sobre todo para ese tipo de público, e incluso para menores de edad. Efectivamente, la información no requiere calidad de sonido, lo que es un punto de ventaja competitivo con las FM, y por otra parte, no existían emisoras netamente noticiosas, a excepción de los noticieros de YVKE Mundial y Rumbos, que tenían una gran relevancia. La cobertura de las AM representaba otra ventaja competitiva para lanzar un formato noticioso, ya que estas emisoras tienen una mayor penetración desde el punto de vista técnico. Con todos estos elementos, se orientó la decisión del cambio: Caracas 750 sería una emisora *news talk* desde agosto de 1992. El nombre salió luego de varios estudios y análisis, porque queríamos saber en qué se convertiría exactamente, si sería una emisora absolutamente noticiosa, de noticias y opinión, o de noticias y programas de participación; en realidad no estábamos muy claros, pero nos pusimos de acuerdo con el formato, que sería el de *news talk*, por lo que llegamos a combinar noticias con programas de opinión.

Después del golpe del 4 de febrero de 1992, apuramos mucho más esa decisión en el plan estratégico de la empresa, porque sabíamos que desde el punto de vista informativo, el año iba a ser sumamente interesante. De hecho, el éxito de RCR se consolidó con ese inolvidable acontecimiento. A los accionistas les presentamos como una ventaja el hecho de que la emisora estuviera funcionando en un país convulsionado, lo cual les pareció una flagrante locura, pero que al final resultó ser cierto. Un país convulsionado nos podía afectar en cuanto a inversión publicitaria, pero, en cambio, la atención enfocada en su producto podría resultar importante, porque la tranquilidad del país, en ciertos momentos, afecta la sintonía de una emisora de este estilo. RCR es hoy día una referencia informativa, pero no es una emisora de alto rating, y esa tampoco es su intención. No obstante, tenemos mediciones puntuales como, por ejemplo, cuando sucedió la tragedia de San Román, que nuestras transmisiones arrojaron unos picos de sintonía

nía altísimos, inclusive más que el encendido de muchas televisoras, porque éramos el único medio que estaba transmitiendo en vivo antes que todas las plantas de televisión.

Para comprometernos en ese proyecto, lo primero que hicimos fue un estudio de mercado que demostrara la veracidad de las premisas, así que contratamos varias compañías que hicieron sus propios estudios y descubrimos que en el target ABC había un vacío importante de información. La gente quería estar informada y quería hacerlo a través de un medio como la radio, que posee la gran ventaja de la inmediatez, mejor aún, de la inmediatez a bajo costo. Después fuimos a México, Colombia, Puerto Rico, España y Estados Unidos, donde el formato *news talk* está consolidado. En México, por ejemplo, funciona una estación denominada Radio Red; en Colombia se ubican las conocidas RCN y Radio Cadena Caracol; en España está la cadena Ser en una de sus derivaciones, y en Estados Unidos conocimos la experiencia de la emisora 1010 Win, cuyo formato es *all news all time*, una estación diferente a RCR por cuanto transmite noticias constantemente. Pero lo interesante para los gerentes de RCR fueron las experiencias en México y Colombia, sobre todo en esta última, cuyo desarrollo radial no es nada despreciable. La magnitud de ese desarrollo atiende a varias razones: en primer lugar, la televisión no estaba expandida de manera tan importante; en segundo, la participación del mercado radiofónico es de 20%, y eso en comparación con nuestro país es un porcentaje altísimo, pues aquí apenas alcanza entre 2 y 3%; y en tercer lugar, ellos poseen excelentes niveles de facturación. El medio radio en países como Perú, Argentina y Colombia ha adquirido más importancia que en Venezuela. La experiencia de Colombia viene dada porque entre RCN y Radio Cadena Caracol poseen de 90 a 110 emisoras propias, dotadas con equipos técnicos y tecnológicos impresionantes y que fácilmente pueden llegar a facturar más de 100 millones de dólares al año.

Más tarde tuvimos que iniciar la búsqueda de talentos, que era un bien escaso quizás porque no se dieron suficientes oportunidades a la gente, siempre son los mismos haciendo las mismas cosas. Sólo entonces iniciamos el proceso de transformación cultural en los niveles básicos y gerenciales. Quienes estábamos en la radio en ese momento aceptamos no estar suficientemente preparados para manejar el nuevo formato. Si bien una emisora juvenil, con todos

los méritos que poseía, es menos complicada desde el punto de vista logístico, el nivel de la gente que se iba a manejar era diferente y a eso se aunaba la difícil tarea de comenzar a tratar con el talento. Apartando el hecho de que los contratos eran astronómicos, había demasiadas exigencias, por eso exploramos la experiencia de otros países; aunque en ese momento no contábamos con las herramientas para tal fin, los gerentes debían prepararse para crecer en facturación y saber cómo administrar ese nuevo dinero y conducir acertadamente una nueva estrategia publicitaria, de producto y de promociones. Fue ese el paso que necesitábamos dar para alcanzar el gran avance a nivel gerencial y asumir que a pesar de los excelentes niveles académicos, el cambio requería de una preparación especial que nosotros no poseíamos. Por eso contratamos los servicios de una asesoría gerencial extranjera, y con mucho soporte nacional logramos adaptarla y adecuarla, invertimos muchísimos dólares al año en eso.

También había que adquirir tecnología, diseñar una programación una vez contratado el talento, remodelar la sede y elaborar la campaña de lanzamiento del formato. Tuvimos la ventaja de la televisión, una de sus grandes fortalezas, pues no era suficiente la campaña de prensa, a pesar de contar en ese momento con *El Diario de Caracas*. Realizamos una gran inversión inicial de 2 millones de dólares, y preparamos todo desde 1988 hasta su lanzamiento el 31 de agosto de 1992, cuando salimos al aire. Ese año de crisis, aunque ayudó en gran medida en cuanto al formato, afectó la facturación, era una oportunidad que se convirtió en amenaza y viceversa, porque los clientes principales eran bancos, tarjetas de crédito, líneas aéreas, casualmente, los más afectados en las épocas de vicisitudes.

Lo cierto es que nosotros produjimos más noticias que cualquier canal de televisión en el país –todavía no existía Globovisión–. Contábamos con 10 reporteros propios en Caracas y 6 en el interior, 5 corresponsales internacionales, 6 conductores de noticieros, 8 locutores e igual cantidad de operadores, 6 choferes, 3 técnicos, 8 redactores, 2 coordinadores de información, 1 jefe de información, 7 gerentes de primera línea, 1 gerente general y 47 personas que conformaban el personal operativo base, y hoy en día esto ha mejorado mucho. Tenemos asesores gerenciales externos en el área de organización gerencial y en marketing, conduc-

tores de programas de opinión, talento para programación deportiva, un satélite Intelsat con acceso internacional y nacional a través de nuestra red de 18 emisoras afiliadas, 7 unidades móviles, equipos de transmisión de avanzada, 40 líneas telefónicas digitales, el asterisco *750 y "El solar", y transmisión diaria en vivo, vía satélite, que hacemos en conjunto con las 6 ó 7 emisoras más importantes de Latinoamérica en materia informativa.

Si de equipos se trata, los celulares son la gran herramienta; sistemas de comunicación *trunking*, equipos Marantz (grabadores con micrófonos), 2 estudios al aire, 1 estudio de grabación, 2 estudios de edición, un transmisor Harris de 100 Kw en estado sólido, un transmisor Nec de 100 Kw; de igual forma hay 64 computadoras en red, 20 emisoras afiliadas y 1 sistema de pautas digitalizado y automatizado, que nos permite dar garantía a los clientes de la transmisión de sus cuñas. Trabajamos con agencias de información como UPI, Associated Press, Venpres, Reuter, Voice of América, BBC de Londres, RCN, la cadena Ser, y también contamos con muchas asociaciones estratégicas internacionales que nos dan cobertura. Nuestra programación consta de 7 programas de opinión diarios de lunes a viernes, micros, avances informativos cada media hora, comerciales y, durante el fin de semana, además del *Informe RCR*, hay 26 programas de opinión diferentes. No tenemos la capacidad para producir estos programas en el sitio, sino que contratamos producciones independientes.

El inicio de las transmisiones deportivas fue una decisión muy polémica, porque se pensaba que el formato se estaba desviando y resulta que la facturación del béisbol fue casi tan importante como la de toda la radio durante el año. A pesar de las críticas al rating, en los horarios nocturnos logramos duplicarlo: deportes con noticias fue la combinación perfecta en los horarios de bajo encendido de radio, que son los de la noche. Definitivamente, fue una decisión muy acertada, aunque para algunos sólo vale la pena transmitir los juegos del Magallanes o el Caracas, pero más Magallanes, por ser el equipo que tiene clientes y fanáticos en todo el país. Unión Radio, por ejemplo, trabajó con Leones del Caracas y facturó mucho menos que RCR, aunque tenían muchos más años de experiencia. Lo mismo pasó con el basket, y los resultados fueron positivos, claro está, no comparables con los del béisbol. El horario de la noche, tradicionalmente muerto, se levantó inclusive los

fin de semana, obteniendo un estupendo retorno de la inversión, a tal punto, que hoy en día el deporte es fundamental en sus transmisiones.

RCR ha logrado una excelente imagen, es el centro radiofónico de referencia noticiosa de esta ciudad, más importante que muchos periódicos. Posee una audiencia significativa y, por ende, un excelente nivel de credibilidad. Lo que importa no es el "periodismo de tubazo", el decirlo primero, sino el desarrollo de ese "tubazo". Antes de lanzar el tubazo, analizamos exactamente lo que está pasando y la gente lo agradece. Hemos desarrollado el recurso humano, la tecnología y un nivel de ventas de 350 millones de bolívares, hecho altamente relevante para una emisora AM. Además, la participación de nuestros oyentes es tal, que nos proporcionan más noticias que nuestros propios reporteros, por lo que se reafirma la importancia de ser un centro de referencia más allá del rating.

Claro que en todo esto siempre existen latentes distintos temores, como la situación del país, por ser un problema que va más allá de uno, o por la estructura de los costos, que resulta elevadísima por los tres gastos fundamentales que son la electricidad, el teléfono y el personal. Otra amenaza es la fuga de talento, como cuando se sintió la salida de Julio César Camacho, que era la imagen visible del formato; entonces hubo que enfrentar una situación difícil a la que respondimos con nuevas figuras, ya que no podemos depender de una ni de dos ni de tres personas, porque la estructura no puede fallar si falla una persona. El talento es difícil de manejar, es costoso y complicado, además de escaso.

Otro asunto para tomar en cuenta es el relativo a la visión de la radio como una industria, lo cual no es usual. La radio es un negocio que debe ser rentable y competitivo, y la competencia debería ser a un nivel altamente profesional, no por amiguismo o por otras razones. Existe poco profesionalismo, no se respetan las tarifas ni tampoco las cobranzas, y en la medida en que la radio no crezca, no se llegará a los niveles de facturación que hay en Colombia, por ejemplo.

Por otra parte, en RCR se vigila constantemente la calidad de lo que se dice y de lo que se escribe, y así y todo siempre se escapa algo. Tratamos de evitar la opinión, aunque yo particularmente no creo en la objetividad de la información; también cuidamos

mucho la atención a los oyentes y a los clientes porque se lo merecen. Otra preocupación es la gente, que es el soporte fundamental del medio.

Si de debilidades se trata hay que decir que no tenemos emisoras propias en la provincia, todas las que hay son afiliadas, y eso es un problema de incumplimiento inherente al medio. A los colegas del interior les cortan la programación, por lo que deben establecer mecanismos de control. Otra de nuestras mayores debilidades es que no tenemos relaciones públicas, aspecto sobre el que estamos trabajando; a nosotros la prensa nos trata mal y no nos importa, no invitamos a los periodistas ni a los clientes a almorzar, hemos sido muy pragmáticos en nuestras relaciones, pero esto lo vamos a cambiar. Asimismo considero que nuestras promociones requieren un toque de agresividad, en comparación con el nivel promocional de la competencia, que es excelente, porque a ellos no les importa decir lo que sea, lo dicen y ya, y además convencen.

Entre los muchos problemas de la industria se cuenta también el flujo de caja. El tiempo promedio de cobranza en la estación era de 120 días y se logró reducir a 60, pero todavía se ocasionan desórdenes tremendos en ese flujo, porque no se puede pagar a tiempo si no se cobra a tiempo. En la radio se produce mensualmente mucho dinero, pero es el mismo dinero con que se financia a los anunciantes. Por allí existen varias propuestas, y una de ellas es que las emisoras más importantes se unan en bloque para formar un "cerco radio", lo que proporcionaría más fuerza al medio. Lamentablemente, no se ha podido llevar a cabo esta idea, pero tarde o temprano se llegará a ese punto. En RCR hay un sistema de pagos primordiales y el primero de ellos es la nómina, que hay que pagar a como dé lugar, igual que hay que pagar al SENIAT y a los proveedores, sobre todo a los estratégicos como La Electricidad de Caracas. El problema en la estación no son las ventas, porque se vende mucho más de lo que se gasta, pero se cobra muchos menos de lo que se paga, a pesar de las mejoras introducidas.

Hay que considerar el hecho de que es muy fácil que una emisora sea sacada de un plan de ventas, dado que sin importar sus niveles de sintonía, los clientes deberán invertir en varias emisoras de radio para que tengan una venta y una compra efectiva, y esto lo saben los publicistas. Si el cliente compra en una sola emisora, no va a tener efectividad, no va a recibir retorno por su inversión y a

quien va a desmeritar no es a una emisora sino al medio. En la medida en que se establezca ese tipo de control, la radio será más fuerte ante los anunciantes a la hora de cobrar.

En este momento estamos encaminados hacia la adquisición de nuevas emisoras propias o controladas, no necesariamente afiliadas, así como buscando un sistema de transmisión digital. También orientamos esfuerzos para ampliar los canales de información, entre los que se incluye Internet como herramienta fundamental. Buscamos también obtener el ISO 9000 (estándar internacional de calidad), con lo cual nos convertiríamos en la primera emisora en Latinoamérica, incluso por encima de Colombia, que podría llegar a un nivel importante de calidad; queremos consolidar su rating y sus ventas, a fin de mantener esos niveles. En RCR no es prioridad aumentar la sintonía, aunque es deseable, lo que nos importa, sí, es mantener la credibilidad alcanzada.

Para darle verdadera continuidad a la información, se pondrá en funcionamiento una unidad de investigación periodística, así como una unidad de atención integral al cliente, ya que este aspecto forma parte de los dogmas que tienen las relaciones públicas. En mi concepto, la atención al cliente no tiene que ver con restaurantes ni cócteles, sino más que nada con proporcionar información numérica, información acerca del mercado y de la competencia, eso es lo que en verdad necesitan los clientes importantes. De igual forma, es necesaria una unidad integral de mercadeo para vender más, para hacer promociones, producir eventos y desarrollar cierta agresividad, respetando las tarifas. En conclusión, queremos ser la empresa radiofónica más admirada, rentable y competitiva del país, mediante la prestación de un servicio óptimo a radioescuchas y anunciantes, conservando un recurso humano de calidad que propicie el sostenimiento del sistema democrático y la libre empresa; por eso controlamos la opinión. No queremos que nos den nada, simplemente, que nos dejen trabajar como una empresa libre. Esto somos en RCR.

NELSON BELFORT

La tecnología del presente y el futuro



Nelson Belfort fue un ingeniero electrónico que además de saber de la parte técnica, tenía una visión comercial de la radio. Esto le permitió formar los circuitos radiales. En una época trabajó con el Circuito Mundial, después fundó por su cuenta el Circuito Nacional Belfort (CNB) y, junto con su esposa y sus hijos, mantuvieron en todo el país un exitosísimo circuito de emisoras FM, hoy ya desaparecido.

Belfort también estuvo muy ligado a la apertura de las telecomunicaciones, ya que fue uno de los pioneros en bandas de telefonía celular. Además se desempeñó como vicepresidente de Fedecámaras, y en dos oportunidades presidió la Cámara de Radio. Tuvo una gran trayectoria, pero falleció muy joven. Es realmente uno de los ejemplos a seguir para quienes comienzan en el medio.

O.Y.

La tecnología radial, esa capacidad de ocupar frecuencias cada vez más altas, se ha ido desarrollando con el correr del tiempo. Primero se utilizó un rango o banda de frecuencia que llamaron "onda corta", pero que se fue copando con la llegada de nuevas emisoras. Llegó el momento en que no había espacio para transmitir, porque dos emisoras en la misma frecuencia se interfieren como si hablaran dos personas al mismo tiempo. Se fue ampliando el dominio de nuevas frecuencias y así comenzaron nuevas bandas de transmisión: la de 75 metros, la de 60 metros, etc. Además

se perfeccionó la técnica de generar frecuencias y señales, y quizás lo más importante: el hecho de amplificarlas.

Se llegó así a una banda de frecuencias que sería utilizada por las emisoras en Frecuencia Modulada (FM), distinta a las bandas de onda corta que utiliza la técnica de Amplitud Modulada (AM), donde la información no se transmite por la variación de la amplitud de la portadora (AM), sino por variación de frecuencia (FM). Se pasó del dominio de portadoras del orden de 1.000 Kilo Hertz (Khz), utilizadas en AM, a portadoras de 100 Mega Hertz (Mhz) en la banda de FM. A manera de ilustración, una señal portadora típica en AM de 550 Khz, que significa 500 mil ciclos (cambios) por segundo, y otra de 100 Mhz, que significa 100 millones de ciclos por segundo, es 200 veces más lenta. En otras palabras, en un ciclo de AM caben 200 ciclos de una señal de FM, ya que la FM es más rápida.

La AM presentaba varias dificultades, sobre todo en la amplificación, por lo que los técnicos se las ingeniaron para buscar un camino diferente para la transmisión de la información. Así encontraron que, en lugar de variar la amplitud de la portadora para transmitir sobre ella la información (modulación en AM), se podía variar la frecuencia según la información (modulación FM).

Vamos a dibujar en un eje una señal portadora de FM, representándolo como una onda sinusoidal donde cada ciclo que se repite a una distancia es inversamente proporcional a la frecuencia (a mayor frecuencia menor longitud de onda). Si se multiplica la longitud (L) por la frecuencia (F) es igual a una constante que es la velocidad de la luz (c), es decir, $C = F \times L$. La señal modulante (o información) en el caso de la FM, en lugar de modificar la amplitud (como es el caso de la AM), modifica la frecuencia. Quiere decir que a una frecuencia central de 100 Mhz (100 millones de ciclos /segundos) o 100.000 mil ciclos /segundo), resultará otra de 100.001 Khz (100.001 mil ciclos/segundos), es decir, que esta señal tendrá la misma amplitud, lo que varía es la frecuencia y, por ende, su distancia o la repetición.

Anteriormente, en lugar de hablar de Hertz (Hz), se hablaba de ciclos por segundo, es decir, el número de veces que se repite por segundo. Hoy en día, sabemos que la diferencia fundamental entre AM y FM es la forma cómo la información lleva la frecuencia portadora, la frecuencia moduladora y el rango de frecuencia. En conclusión, tenemos dos estilos diferentes de llevar la información:

en AM, la frecuencia es la misma, y cambiamos la amplitud; en FM, la amplitud es la misma, pero se cambia la frecuencia. AM, con una frecuencia básica de 550 a 1.605 KHz, de amplitud variable y frecuencia fija; FM, con una frecuencia de 88 a 108 Mhz, de amplitud fija y frecuencia variable.

Cuando hablamos de amplitud modulada y, por ejemplo, tenemos una frecuencia de 550 KHz y otra de 590 KHz, quiere decir que, entre una y otra, hay 40 KHz de separación. Si necesitamos transmitir 8 KHz de sonido (información) y para una modulación no perfecta, se necesita tener un respaldo, un espacio de separación de canales. Así se reglamentó una separación de 40 KHz entre emisoras, y el ancho de banda que se permite a las AM es de 7,5 KHz, que es la capacidad de transmisión de sonido (información) máxima para esta banda. En el caso de las FM, la primera frecuencia reglamentada en Caracas es 88.1, la segunda es 88.9; la diferencia entre ambas es de 0,8 Mhz, que son 800 KHz de separación de canales. Esto permite transmitir en FM con un mayor ancho de banda, lo que da espacio para transmitir todo el espectro de sonido, tanto de voz como de música.

En FM se puede transmitir con un ancho de banda de 20 KHz, que es todo el espectro auditivo, lo que uno puede oír con toda fidelidad; mientras que en AM no se transmite completo porque tiene limitaciones en el ancho de la banda, lo cual constituye la primera diferencia importante entre AM y FM: calidad de sonido. La segunda diferencia está en que debido al gran ancho de banda de FM, se pueden transmitir dos canales de sonido (estereofonía): divido la señal en dos canales, una para el oído izquierdo y otra para el oído derecho, y la transmito. En la práctica, la forma de hacerlo para que sea compatible con los sistemas viejos de FM (monofónicos) consiste en transmitir el izquierdo (L) más el derecho (R) en un canal o monofónico (L + R), y el izquierdo menos el derecho (L - R) en el otro canal. Los receptores viejos sólo son capaces de recibir el canal monofónico (L + R), mientras los nuevos, con capacidad estéreo, reciben los dos. Para "recuperar" el canal izquierdo (L), lo que hacen es sumar ambos canales, es decir, $L = ((L + R) + (L - R)) / 2$. Y para recuperar el derecho se restan los canales, es decir, $R = ((L + R) - (L - R)) / 2$. Estas operaciones son muy fáciles para los receptores estéreo, pero se mantiene una compatibilidad con los receptores viejos.

Para el AM se desarrolló una tecnología un poco más complicada para transmitir estéreo, que consistía básicamente en transmitir el L - R en la fase de la portadora. Se desarrollaron al menos cuatro tecnologías similares, tales como: Motorola, Harris, Khan y Magnavox, pero no compatibles entre sí. La FCC (el Ministerio de Transporte y Comunicaciones de Estados Unidos), no recomendó ninguna y dejó que triunfara la mejor de acuerdo a la libre competencia. Sin embargo, los fabricantes de receptores no quisieron correr riesgos y en definitiva no apoyaron a ninguno. Pero la AM tiene asegurada para los próximos años un futuro importante en calidad de sonido que tiene que ver con modular la misma fase pero con tecnología digital. Esta vez, la FCC se pronunciará por uno y muy probablemente tendrá éxito.

La primera ventaja de la FM sobre la AM es, pues, la calidad; otra ventaja muy importante que el público no percibe, pero sí el radiodifusor, es la economía. Cuando uno transmite con un equipo transmisor de 10KW en AM, éste consume aproximadamente 30 KW, o sea, una relación de 3 a 1. En FM, para transmitir 10 KW se necesitan 18 KW, lo que significa dinero para el radiodifusor.

¿Por qué no trabajamos todo directo en voz? ¿Por qué utilizamos las bandas de frecuencia de AM o FM? En la banda de la voz nos interferimos porque no tenemos alcance: las señales de frecuencia baja, como la voz, tienen gran capacidad de penetración y se absorben muy rápido; no llegan muy lejos y sólo tenemos un solo canal. En altas frecuencias, en cambio, las señales viajan más lejos (son electromagnéticas, no mecánicas).

Pero también dependiendo de la banda tenemos diferencias. La AM, por estar en la banda de 1.000 KHz, se comporta como una señal terrestre. Es decir, viaja cercana a la tierra y su propagación dependerá de su interacción con ella. Si el suelo es bueno, viaja más lejos (como el mar); si el suelo es malo (como el asfalto), viaja con mayor dificultad. Por otro lado, tiene poco poder de penetración. Si se encuentra con un edificio, ella trata de pasarle "por encima"; igualmente puede pasar montañas. Así que los radiodifusores deben colocar sus antenas en sitios cercanos al área a cubrir, con buenas características de suelo.

En el caso de la FM, ésta se propaga por aire y tiene excelente penetración en edificios, sótanos, etc. Pero, igualmente, se desgasta en su intento. Un edificio le produce una sombra a la señal y la

debilita. Así que los radiodifusores deben colocar sus antenas en sitios altos, como para poder ver sin obstrucciones sus objetivos.

En resumen: el ancho de banda de un canal de AM es de 7,5 KHz y de un canal de FM es de dos canales de 20 KHz. Adicionalmente, son bandas de frecuencia diferentes y formas de transmisión diferentes: una con amplitud variable y frecuencia fija, otra con amplitud fija y frecuencia variable; luego AM se transmite por onda de tierra y FM por onda de aire; AM con más alcance y FM con menos.

Diferencias entre los estudios AM y FM

Por ser monofónico y estereofónico, uno de los primeros problemas que tenemos en los estudios (cabinas) es que, generalmente, manejamos dos canales, el izquierdo (L) y el derecho (R). A esos canales, cuando los metemos en una "caja negra" para los efectos de modulación estereofónica, nos sale un canal con el izquierdo más el derecho (L + R) y otro con el izquierdo menos el derecho (L - R). Si el receptor es estereofónico no hay problemas, pero si el receptor es monofónico, hay que tener un cuidado especial en la composición de la calidad de la señal L + R, ya que la señal del L - R no es utilizada por el receptor monofónico. Si el resultado del L + R es cero, el receptor monofónico no escucharía nada, aunque el L - R sí contenga información. En otras palabras, el que tenga un receptor estéreo sí recibiría algo, y el monofónico no recibiría nada. Hay que tener especial atención en cuidar el componente "monofónico" de la señal, por lo que la diferencia de fases entre el canal izquierdo y el derecho debe ser pequeña.

En segundo lugar, en las AM tenemos un canal de 7,5 KHz, es decir, que hay una gran parte de la banda audible que no se transmite. No hay que preocuparse mucho por arreglar los estudios para que todo se transmita, sino para que se transmita sólo la parte baja que es donde está la mayor cantidad de información. Eso hace que mi diseño de los estudios en FM sea mucho más exigente que el diseño de los estudios en AM. Un micrófono para AM, si logra pasar hasta 10 KHz, será suficiente, pues al fin y al cabo el transmisor no va a pasar de 7,5 KHz; mientras que un micrófono para FM debe ser capaz de transmitir toda la banda. Los reproductores de los discos pueden trabajarse muy bien con una aguja que cueste 25 dólares en el caso de AM, porque no interesa todo el ancho de

banda, pero en FM se debe trabajar con una aguja de alta calidad, las que aún usan disco de vinil.

Por otra parte, tenemos que hablar de la separación entre canales: en los canales AM hay una separación de 40 KHz, y el ancho de banda como tal es de 10 KHz, permitido por el MTC; allí se empieza a filtrar la señal, los filtros no son cristalizados, pues es una tecnología que no se puede utilizar a altas frecuencias. Adicionalmente, se tienen 10 KHz, pero cuando se modula, hay variaciones en el transmisor que a la larga obligan a tomar casi 20 de lado y lado, entonces, si hay 20 aquí y 20 aquí, ya no se puede meter ningún canal allí, en el medio, porque se van a interferir mutuamente. En el caso de FM, la separación es de 800 KHz.

En Europa, como los países son muy pequeños desde el punto de vista geográfico, la radiodifusión es del Estado y a cada uno le interesa tener el mayor número de canales en el aire; entonces, si los separan mucho unos de otros, no tienen esa posibilidad, por eso están buscando cómo bajar el AM todavía en ancho de banda. Lo que sí se ha hecho es que se reservaron frecuencias básicas para cada país; así, la BBC 1 tiene 150 KW y la BBC 2 tiene 500 KW, porque tratan de cubrir todo lo posible, en el sentido de transmisión de mensajes, de influenciar sobre los otros países.

En la FM, por regulación, existen tres categorías: emisoras A, emisoras B y emisoras C. Los canales FM son por onda de vista (o aire). Por ejemplo, en Caracas, si alguien se pone acá, por línea de vista puede cubrir una cierta área, lo que permite, por ejemplo, que esta frecuencia asignada a Caracas, digamos que de 100 Mhz, pueda ser reasignada en los Valles del Tuy. Esa es una categoría tipo C, porque tiene otras frecuencias repetidas en un área cercana. Después está la categoría B, que es cuando se permite que suba ciertos puntos sobre el nivel del terreno, pero como el alcance es por línea de vista, si sube más, alcanza más. Entonces, esta frecuencia, digamos 101.5, va a tener mucho más alcance y no se puede emplear aquí, sino que posiblemente tenga que emplearse en Barquisimeto, ya que si se asigna aquí, va a tener interferencia con la de Barquisimeto. En cambio, ésta de 100, se pueden tener aquí y en Barquisimeto. Finalmente, la categoría A permite más altura sobre el terreno, más potencia y más alcance. En resumen, a las emisoras A les permiten más potencia y altura de transmisión, por lo que se repiten menos en el mismo país; las B tienen un poco me-

nos de altura y potencia y se repiten en otras ciudades cercanas un poco más; y así sucesivamente.

Los orígenes de los aparatos de radio se remontan a la época de la RCA Víctor, la compañía fundada por David Zarnoff, un inmigrante de muchísimo éxito que quiso explotar una idea, la de la "caja de música" –así se llamaba originalmente al radio.

En cuanto a la voz, la situación es competitiva, con posibles ventajas para las AM. Por eso éstas se convirtieron en lo que los norteamericanos llaman *Talk radio and news radio*, es decir, emisoras de voz y emisoras de noticias (la voz no necesita más de 7,5 KHz). Con la misma calidad de sonido, se tiene un mayor alcance y esas son ventajas competitivas con respecto a las FM. Ahora, si lo que se quiere es transmitir música, la FM se escucha mejor y esa es una ventaja fundamental. A la hora de pagar costos, por ejemplo la luz, la FM es más ventajosa, pero si hay que diseñar un estudio, la FM es más costosa.

Para transmitir cualquier señal, lo que interesa es que sea una transmisión eficiente, es decir, que se pueda transmitir lo que genera el transmisor y que sea irradiado, es decir, transmitido al aire. Así, lo que se necesita es un mecanismo de transmisión conectada al amplificador (transmisor) que se llama antena y que consiste en un dipolos (una pareja de líneas horizontales con dos polos). En el caso de la AM, como se quiere darle preferencia a la onda de tierra y que la señal esté pegadita del suelo, entonces se necesita un dipolo, dos polos muy grandes, y estos tienen que estar a una altura proporcional a la frecuencia. Mientras más baja es la frecuencia, más alta es la antena (mayor longitud de onda) y la torre que se necesita para que sea eficiente. Por ejemplo, si la antena se monta a 550 KHz, se necesitan algo como 125 metros de torre; si es a 1.500 KHz, se necesitan 50 metros. Entonces, se necesita este polo y se recomienda que éste sea lo que se llama un cuarto ($1/4$) de onda mínimo, que es inversamente proporcional a esta frecuencia. Claro que si se monta una torre de 100 metros que tiene 1 metro de ancho, se necesita soportarla de alguna manera, y ese soporte es lo que llaman los vientos (guayas), que evitan que el aire que llegue a la torre no la doble. Si la torre tiene 100 metros, estos vientos pueden tener 100 metros, estar 100 metros separados de la torre. Adicionalmente a eso, si se tienen dos polos para transmitir, se pone uno arriba de la tierra y para no cavar un hueco bajo

tierra para poner el otro, se coloca un "espejo eléctrico" a ras de tierra. Para ello se construyen unas líneas de cobre que salen desde el centro de la torre en forma radial hasta $1/4$ de longitud de onda (unos 120 radiales cada 3 grados), y que hacen el efecto de un "espejo eléctrico", reflejan a la torre de arriba. De esta manera, se tiene una torre arriba y una debajo (dipolo) desde el punto de vista eléctrico.

En FM, lo importante es la línea de vista. Se usan las torres, pero no para transmitir, sino para soportar la antena real. Para esas frecuencias (100 Mhz por ejemplo), los dipolos son de apenas 0,75 metros, no se necesita crear el espejo porque es más fácil construirlo realmente, y se puede colocar más de un dipolo (arreglo de dipolos) en una misma torre que sirve de soporte. Lo importante es que estos dipolos (antenas) puedan ser vistos desde muy lejos. Por ejemplo, en el Empire State Building de Nueva York, que es una estructura cuadrada con una torre arriba, hay un mirador que es donde la gente se asoma para mirar la ciudad. Después viene toda una gran torre. A esta altura hay antenas por todos lados: debajo del mirador, arriba, en las torres, etc., y son antenas de televisión y de FM. Se utiliza la altura del Empire State para cubrir una ciudad muy plana y sin montañas.

Otra diferencia importantísima entre la modulación de FM y AM es la inmunidad al ruido externo (señal no deseada). Si se transmite una señal y hay ruidos en el canal (producidos por el generador del carro, por chispas, rayos, etc.), éstos se suman antes de llegar al receptor. En el caso de la AM, la suma se observa directamente, porque estamos hablando de la amplitud (se observa en la suma), mientras que en FM la suma no afecta directamente la frecuencia, por lo que el receptor rechaza mejor el ruido. En definitiva, la AM es mucho más susceptible que la FM de recoger ruidos; el de la luz, un transformador que vibre o un balastro de luz fluorescente, cualquier cosa que interfiera con la señal. Esta es una ventaja adicional de la FM.

Ahora, ¿cuál es el futuro de la AM y de la FM? En principio, el futuro en algunas áreas ya lo estamos viviendo hoy en ciertos niveles. Debemos tomar en cuenta que las antiguas transmisiones de Morse, que eran transmisiones de puntos y comas, conforman lo que hoy en día, básicamente, se llaman digitalizaciones: la transmisión de una señal que, en lugar de hacerse en forma continua,

se envía por pulsos. El proceso requiere de una "codificación", como es el caso de la clave de Morse.

El proceso de digitalización lo hay en dos niveles: en la señal de audio (a nivel de estudios) y en la señal transmitida. Son dos técnicas bien diferentes. ¿Cómo se hace la digitalización de audio? Se le toma una muestra a la señal analógica a una velocidad muy alta, como mínimo el doble de la frecuencia más alta en modo analógico. Es decir, si quiero transmitir una señal analógica de 20 KHz, necesito tomar muestras al menos a 40 KHz o 40.000 veces por segundo. Por cada muestra se mide la amplitud de la señal y se convierte en un código. Digamos, si la señal mide 19 MV, la puedo convertir en un código binario 10011 (operación matemática). Así que para un segundo de información de una señal de 20 KHz necesito 40.000 códigos binarios. Con el poder actual de la computación, esto es fácil. Luego, lo que transmito son los "1" (unos) y los "0" (ceros). Igualmente, tengo que definir la forma de transmitir y guardar estos unos y ceros. Al almacenarlo, será de nuevo en una cinta, pero no con la señal analógica sino con un "chorro" de unos y ceros, que va a ser mucho más fácil de grabar y de leer (y a menor costo).

Dependiendo el "cómo" se guarde la información, se define el formato digital. Tenemos en primer lugar al CD, que es una grabación con láser, óptica, digital. La grabación es sencilla: se abren huecos (digital) de valor 1 ó 0, pero como con un láser son de tamaño muy pequeño, lo que permite muchos huecos (información) en un solo disco. Está también el DAT, Digital Audio Tape, que es una grabación sobre cinta magnética, con una especie de VHS pequeño, que permite la grabación de 1 y 0 según la disposición de microimanes sobre la cinta. Hay también una nueva tecnología, que es el minidisc, una especie de disquito CD de 3 pulgadas, pero un poquito más pequeño; como es óptico y magnético a la vez, permite regrabar. Adicionalmente, como es un disco y no una cinta, permite hacer una búsqueda más rápida de los temas. Finalmente, tenemos las mismas computadoras, en las que se almacenan música y noticias y todo lo que uno quiera sobre un disco duro.

La digitalización dentro de los estudios dio origen a esto, y también a una serie de modificaciones dentro de los estudios. Ahora son mucho más exigentes, tenemos estudios completamente dife-

rentes que permiten aprovechar al máximo la nueva tecnología. Lo bueno es que cada vez es más accesible y económica. En la CNB 102.3 FM, por ejemplo, tenemos música completamente en computadora. La computadora puede operar la estación sin operador ni locutor durante siete días continuos, los cuñeros están totalmente computarizados, los operadores siguen una pauta computarizada y escogen dentro del computador la música que está grabada. Ese es el futuro para todos, por lo menos en la parte de estudios. Hasta hace unos años, ese era un futuro a medias, porque una vez que se hacía todo ese proceso –que se sacaba el ruido, se conseguía una fidelidad excelente en lo que se grababa–, se agarraba esa señal producida en los estudios y se mandaba a la planta transmisora que está en el Ávila, a un transmisor analógico que volvía a aceptar todo el ruido, llegaba a la planta y lo volvía a transmitir analógicamente, y como el radio lo recibe analógicamente, se perdía una gran parte de la batalla. Sin embargo, ya comenzaron a hacerse pruebas, y hay 372 estaciones de radio en Estados Unidos, que en este momento pueden transmitir a los receptores digitalmente.

Ya se comenzaron a producir los radios digitales, aprovechando una parte del canal de cada radio que no estaba siendo utilizado. Si tenemos 200 Khz de ancho de banda autorizado en una estación de FM y estamos usando 40 Khz (2 canales de 20 Khz), estamos perdiendo 160. Entonces, lo que se hizo es que se asignó otro canal para transmisión digital. Así, hay emisoras que transmiten digitalmente en una parte y transmiten la señal analógica normal. Y ahora vendrá el truco de los próximos diez años, que además de transmitir la misma información digitalmente, se van a transmitir ocho canales adicionales digitales, donde hay información sobre la programación. De manera que cuando uno esté oyendo una canción en una emisora digital, y se quiere saber cuál es, se aprieta un botón y dice cuál es el nombre de la canción, que es la información que se está transmitiendo en uno de los canales. Se puede tener una transmisión normal y una del tiempo, o una del tráfico o de un cantante, o de la Bolsa. Son ocho canales adicionales que se van a transmitir simultáneamente junto con la señal principal, con información adicional sobre la radio. El canal sigue siendo el mismo, pero la información aparece en pantalla. Uno aprieta "cantante" y aparece Jhonny Ventura; "canción" y aparece el nombre

de la canción; Bolsa de Valores, etc. Es como cuando en los canales norteamericanos van pasando unas cintas con los resultados de la Bolsa, o están transmitiendo un juego de pelota y salen los resultados de los otros que se van desplazando, esa es la transmisión digital sobrepuesta. Uno ha visto muchas veces un canal y de repente parece que fallaran unos cuadritos en la pantalla, que no coordinan con el fondo porque esa señal posiblemente es una señal de satélite transmitida digitalmente, y en ese momento hubo algún problema con el satélite o con la señal y se comió esos cuadritos de sincronismo.

Ahora, con ese tipo de transmisión, si uno no sabe que 101.5 FM corresponde a tal emisora, uno aprieta el botón de identificación y aparece KYS, aprieta locutor y aparece el nombre del locutor. Hay ocho canales adicionales programados para transmisión digital y uno de ellos, que es lo más importante, es música digital, lo que quiere decir que con un receptor de calidad digital, se escucha música en la misma frecuencia. Como hoy en día la transmisión es digital y se ganó mucho en el diseño electrónico, uno puede utilizar mejor la banda sin chocar con otra emisora. Lo importante de esto es que no pase lo que pasó con la AM estéreo, y que los fabricantes de receptores empiecen a producir receptores e incorporarlos a esta nueva tecnología.

Lo otro que se abre es el mercado. Cuando se tenga un mercado disponible de 10.000 receptores, se podrá vender más y tener mejores ingresos para invertir en digitalización, a la vez que se sigue transmitiendo en analógico para los que son analógicos y en digital para los que tienen radios digitales. Es una cuestión de transición que esperamos que sea breve, porque una cosa importante y que no pasó con la AM es que no es caro, es más bien económico. Cuando salió el primer formato de AM estéreo no era así. Otra muy buena noticia es que las AM van a poder transmitir en estéreo digital también, van a poder digitalizar su señal y transmitirla por amplitud modulada con una calidad superior a lo que tenemos hoy, lo que quiere decir que las AM van a comenzar su segunda larga vida.

¿Qué superará al minidisc? La computadora, sólo que el minidisc es portátil, es transportable. Yo creo que, realmente, lo que lo va a superar es el CD portátil. Ahora mismo se está trabajando en un mecanismo de grabación sobre compact disc con una superficie de un elemento llamado galuro arsénico.

Este es el futuro de la transmisión digital tanto en AM como en FM. Por supuesto, en AM no van a poder existir estos canales adicionales por problemas de ancho de banda, pero en FM sí. Es decir, FM tiene muchísimas posibilidades. En Estados Unidos se están utilizando estos canales para, por ejemplo, compañías de buscapersonas. En mi estación de radio, yo uso un canal auxiliar para transmitir información sobre la Bolsa. Tengo como 100 suscriptores que reciben a través de una computadora la señal de la Bolsa. Entonces, yo creo que en menos de cinco años y durante los próximos 10, vamos a tener radio digital AM y FM de muchísima más calidad.

Para este mundo que viene, que está llegando, hay que prepararse continuamente. Yo lo hago mucho, pues no sólo estoy en el mundo de la radio, sino en el mundo de las telecomunicaciones. Les puedo confesar que me gradué de ingeniero en el año 1963, pero di clases en la Universidad Central hasta el semestre pasado, y el último curso que dicté fue sobre materias que nunca estudié. Es decir, que en los 25 años que tenía de graduado, cuando comencé a cambiar, cuando comencé en el mundo del láser y de la digitalización de las telecomunicaciones, nada de esa tecnología existía. Por eso hay que estudiar, hay que prepararse. Estamos ante un mundo cambiante, y no se es joven cuando se tiene 20 años, sino cuando se tiene cualquier edad y se tiene disposición de aprender.

CHARLES ARAPÉ

La producción de emisoras musicales



Cuando se habla de la producción de emisoras musicales, uno puede pensar en la música en general o en la música latina, ya más especializada en salsa y en merengue. Actualmente yo diría que hay tres grandes musicalizadores: uno es José Luis Seijas Núñez, otro es Charles Arapé y el otro es Bolívar Navas. Ellos son los musicalizadores que tuvieron más éxito en emisoras populares, pero estoy seguro de que si algún día se dedicaran a producir emisoras juveniles o de adulto contemporáneo, lo harían muy bien también, porque son metódicos, estudiosos, se fijan realmente en “el librito” – como dicen en el béisbol– y tienen la intuición que hay que tener para este asunto.

Charles Arapé ha sido un productor exitoso, ya que casi todas las emisoras que manejó estuvieron en el primer o en el segundo lugar, tanto en Caracas como en el interior del país. Tiene una gran trayectoria, participó en la Cátedra de Radio y además ha dictado charlas en distintas ciudades para enseñar a las nuevas generaciones, por lo que tiene además mucho mérito como profesor.

O.Y.

La programación radiofónica incluye, en términos generales, la estructura, la organización y la jerarquización. Ahora bien, ¿cuáles son los elementos básicos de la programación? La oferta comunicativa, el público prefigurado y el perfil radiofónico. Cuando se tiene una noción de esto, aunque sea ligera, se facilita todo lo demás.

El público prefigurado es el público preferencial o público meta, mientras que el **perfil radiofónico** es, por ejemplo, la definición de una emisora musical, una emisora de programación mixta, una emisora de otro género o una emisora variada. **La oferta comunicativa** es el mensaje, la propuesta de programas. Al público le ofrecemos entretenimiento, deportes, educación, espectáculos, música, pero el espectáculo no es tan fácil por radio, aunque sin embargo vale.

Todos estos elementos del discurso radiofónico tienen los modos expresivos. **El modo expresivo** es la manera cómo se dice algo, cómo se canaliza. Los modos expresivos en la radio son otro elemento de la programación, pero tienen sus reglas, sus leyes, sus estrategias y sus elementos de producción. Los modos expresivos incluyen los **géneros**, los formatos, los temas y la duración. El entretenimiento es un género, así como los clásicos literarios que uno conoce, el género informativo periodístico, el género dramático, el género educativo y el género de entretenimiento. Pero en las radios comerciales, la cosa cambia, porque hay géneros musicales, que son otro tipo de géneros, están los educativos, el de entretenimiento, y entonces el género es una estrategia, es una manera, es el modo de decir el contenido de una programación.

Los **formatos** son la estructura elemental de cada género. Julio Cabello, en su libro *La radio, sus géneros y sus formatos*, divide los géneros en cinco grandes temas. El género periodístico es uno, el de entretenimiento es otro, el género cultural o educativo es otro y agrega, según la intención del mensaje, el género propagandístico, que es la propaganda política. Por último, está también el comercial.

Dentro de la estructura formal del programa está el **título**, que es lo primero que tiene que pensarse para presentar algo bien hecho. Luego está el **medio** en el que se difundirá, y la **duración**, la cual determina que si es un micro, por ejemplo, no debe exceder los tres minutos. **La periodicidad** es la frecuencia con que se transmite –de lunes a viernes, diario; de lunes a viernes, interdiario; semanal, los domingos o los sábados, etc.–. La periodicidad o frecuencia no hay que confundirla con la **duración**, que es el tiempo cronométrico que dura el programa.

El horario es el que ubica a los programas de acuerdo al perfil del público. Hay que contar también con el guionista, que en este

caso es el productor, que va a decir si se hará como guión o como una producción libre. **La justificación del tema** es elemental, allí se pone el contenido, de qué trata el programa, el objetivo, el fin. **La audiencia** es el target al que se dirige el programa. En el **tratamiento del guión** se describe la cantidad, el tipo de voces que participan, se sincroniza la sonorización, la música de fondo. Esto es algo muy tradicional, aunque ya no se usa, si lo piden hay que cumplirlo.

Volviendo al formato, los más conocidos del género informativo son los **noticieros**. El informativo periodístico es el género y el formato es el noticiero. Los noticieros pueden ser de una hora, pueden ser un noticiero específico o un noticiero internacional. En el **género musical**, uno puede fusionar varios géneros y varios formatos, como en la revista musical o el magazine, que es el más común en televisión. En radio es la revista musical, que mezcla el género informativo periodístico y el género entretenimiento. El formato que se indica es el que predomine, el que tenga más de 60%. Puede ser un formato variado, pero normalmente se titula radiorevista, aunque a mí, particularmente, no me gusta utilizar nada de los impresos para que no asocien la radio con los impresos. Yo no digo el radioperiódico, yo digo radionoticiero, porque me suena antipático que la radio sea la que esté leyendo un periódico. Esto lo utiliza *Notirumbos*, que es "el periódico impreso en la radio".

El **género cultural** se diferencia del **género educativo** porque una cosa es divulgar la cultura general y otra es hacer un programa específicamente educativo. Hay un elemento pedagógico y otro informativo, entonces uno tiene que saber para quién lo dice, cómo lo dice y ubicarlo en el formato que crea que deba ir.

Después del formato, viene la duración, y luego los temas. Esto no es muy fácil. Si se van a incluir **patrocinantes**, éstos tienen que sumar los 30 segundos. Puede mencionarse una vez, o puede ser un patrocinante de entrada, salida y en el medio. Si es institucional, normalmente puede ser "Banco de Venezuela presenta" y "Presentó". No es recomendable cortar el micro, porque cuando un micro es cortado por una cuña es muy difícil mantener la secuencia. Lo recomendable es presentarlo y despedirlo..

Con respecto al **género dramático**, hasta hace poco se estuvo utilizando en las radios y ahora abunda en la televisión. En el gé-

nero dramático tenemos la radionovela y los sociodramas. Los oyentes saben lo que van a escuchar y no confunden los géneros, más los confunde el productor que ellos. **Las emisoras musicales** son las que dependen totalmente de la música. **Las emisoras de programación mixta** son una combinación de varios géneros, tienen noticias, comentarios, entrevistas, etc.

El público prefigurado es el público a quien va dirigido, el público que uno se imagina. A lo mejor, no lo logra, porque el público no entiende el micro o no entiende el programa. Este público prefigurado es el preferencial, es decir, el que uno se imagina, el que uno se prefigura. En cambio, el **público meta** lo descubre uno a través de las investigaciones de audiencia. Cuando uno ve el rating, uno sabe a quién le llegó el programa. A mí me asombraba cuando la emisora era de pura salsa y veía "pero bueno, esta salsa está ganando en la clase A, y las emisoras que están dirigidas a la clase A no sacan nada, y estamos perdiendo en la clase C". Lo mejor es trabajar para todos los públicos, para la masa.

El perfil radiofónico se refiere a las características del oyente, qué es lo que uno se prefigura como público, mientras que el **target** es la clase social a la que se dirige, el segmento. Puede ser clase A, clase B, clase C, etc. Pero, realmente, la palabra target no tiene que ver con la clase social en sí. El significado de la palabra es "punto en el blanco al que uno se dirige" y no el perfil. El perfil lo determina la variedad del auditorio al que uno se dirige. Yo no puedo decir por radio "voy a hacer este programa para que lo oiga nada más que la clase A". El público de la radio es muy heterogéneo, a veces uno prefigura que un programa es para la clase A y se consigue con que le gustó a todo el mundo.

Es recomendable consultar los libros que existen sobre temas como la locución, que ponen el énfasis sobre la entonación. Está también el libro de Oswaldo Yepes, *Cuentos y recuentos de la Radio*, que es un libro más grande que la Biblia. Yo recomiendo también el del mexicano Ramiro Garza, *La radio actual*, en el que está definido todo lo que uno quiere saber sobre la radio, y el de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, que pertenece a la SIEPAL, en Ecuador. Hay otros materiales bibliográficos que ofrecen modelos de guiones, como *La producción de radio*, de Kaplan, que es un libro muy grande de unas 300 páginas.

LIZBETH CORBO

La organización de la radio

Lizbeth Corbo es un fenómeno femenino dentro de la radiodifusión, en el que por cierto hay mujeres muy destacadas, directoras y gerentes de mucho éxito. Pero el fenómeno de Lizbeth reside en que ella conjuga su conocimiento del medio radial —comenzó cuando era casi una niña—, con conocimientos musicales, porque tiene el feeling para la música. Además tiene un don que desarrolló en la academia y con la experiencia del manejo administrativo, que se afina en la conducción del personal. Es la gerente general de Radio KYS FM, es una profesional exitosísima, a la cual le auguro triunfos mucho más allá de los que hoy tiene, y participa en la Cátedra de la Radio desde que se fundó.

Mi tema es la organización de la radio, cómo se gerencia una radio, cuáles son los diferentes departamentos que la componen y de qué se ocupa cada departamento. Y para eso, hay que comenzar desde el principio. **¿Cómo nace una emisora de radio?** Las emisoras de radio nacen cuando el Ministerio de Infraestructura, antiguo Ministerio de Transporte y Comunicaciones, decide dar frecuencias de emisoras de radio, tanto de AM como de FM. Sabemos que las AM existen en Venezuela desde hace muchos años, y que las FM, en cambio, son mucho más recientes. **¿Cómo se hace cuando uno quiere una emisora FM?** Se eleva una solicitud ante la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), ente que exige que el solicitante sea de nacionalidad venezolana, mayor de edad y que exponga los motivos por los cuales quiere tener una radio. Lógicamente, quien tiene mayor tiempo enviando correspondencia y solicitudes, tiene prioridad. Cuando el Ministerio de-

cide otorgar emisoras de radio, toma en consideración todo esto, sobre todo, la exposición de motivos.

La **exposición de motivos** es el porqué se quiere tener una emisora de radio y el tiempo que tiene introducida esta solicitud. Las solicitudes caducan y se deben renovar cada cierto tiempo, hasta que el Ministerio o la Presidencia decidan otorgar las frecuencias. El Ministerio toma las solicitudes y realiza una pre-selección a partir de la cual se deben cumplir con ciertos requisitos. Ese es el segundo paso. El tercer punto es cuando se le dice a una persona "Usted tiene la posibilidad de montar una emisora". Los requisitos que hay que llenar incluyen elaborar un estudio técnico, uno económico y una exposición de motivos más amplia.

El **estudio técnico** está en manos de ingenieros y técnicos. Los ingenieros tienen que hacer estudios muy profundos sobre la topografía de la ciudad, sobre la altura de las antenas, sobre la potencia que puedan tener, hasta dónde alcanzan, el tipo de equipos que se requieren, etc. Pero todo eso tiene que estar muy bien relacionado y muy bien presentado, de forma tal, que pueda lograrse técnicamente una emisora de alta categoría a nivel de audio, de alcance y de audiencia. No se puede poner algo tan potente que llegue a otra ciudad, como es el caso de las FM. La AM sí se puede oír en gran parte del territorio nacional, pero la FM es muy limitada y, por ejemplo, no puede emplearse un transmisor tan potente que llegue a La Guaira o a Barquisimeto, si se trata de una emisora de Caracas. Hay que estar conscientes del examen que se haga de algunas cosas como, por ejemplo, que no se puede interferir en las frecuencias de los aeropuertos o de Defensa Civil.

También hay que hacer un **estudio económico**. Se supone que cuando el Estado da una frecuencia no la vende, sino que realiza una concesión temporal. Las frecuencias de radio o televisión son propiedad del Estado, nunca de la persona a quien se le otorga. Este estudio económico indaga sobre las personas que saben de la materia y si dará un resultado económico positivo de utilidad a un corto o mediano plazo. Se supone que el espíritu del asunto es crear fuentes de trabajo, lograr dar trabajo a más profesionales, capacitar gente y, por supuesto, obtener un resultado económico positivo. Cualquier empresa, cuando comienza, sabe que no tendrá utilidades en un principio, pero la proyección que se tiene que

hacer no puede ser nunca a largo plazo, porque eso ya sería un mal negocio malo el Estado y para el propio radiodifusor.

En la nueva **exposición de motivos** tiene que explicarse muy claramente la programación que va a tener esa emisora, al público al que va a dirigida, el precio que van a tener las cuñas, la cantidad de empleados y sus funciones y sueldos. Los informes deben ser muy amplios y explicativos, porque cada aspecto tiene que estar muy bien definido al momento en que se entregan al Ministerio todos los recaudos. El Presidente de la República es el que otorga la frecuencia que, a su vez, es ordenada por el Ministerio de Infraestructura y/o CONATEL. Por supuesto, tienen que ser frecuencias que no interfieran con las ya otorgadas. La frecuencia es totalmente gratuita en Venezuela, ni siquiera hay que pagar por la solicitud de planilla como sucede en otros países.

Las frecuencias se dividen en A, B o C, de acuerdo a su potencia. La potencia pertenece al ámbito de la parte técnica y no se pueden mezclar. La clase A es la de mayor potencia, 50 kilovatios, y si se pegan dos frecuencias muy cerca de 50 kilovatios, es posible que una se mezcle con la otra. Esta es una regla universal, no es algo inventado por CONATEL. En todos los países del mundo existen las mismas frecuencias, pero hay que respetar que las clases para que no se mezclen unas con otras.

Ahora bien, cuando se entregan todos los recaudos, se supone que ya se debe tener definida **la programación**. Hay que hacer una programación balanceada y definir a qué **nivel socioeconómico** va dirigida, diferenciarla por sexo o por edad. Esa sería la primera definición del espectro social, decir a qué población va dirigida. Las categorías son A, B, C, D o E, que se diferencian por el poder adquisitivo de las personas, aunque el alto (A) o medio alto (B) son niveles que están prácticamente fusionados, porque el alto es muy difícil de encuestar. Las categorías C y D corresponden a la clase media alta y baja, y así sucesivamente. Luego están las edades, que pueden ser diversas (20, 30, 50 o 60 años) y la división en sexo femenino o masculino. Así tenemos un espectro social por sexo, nivel socioeconómico o por edades.

Dentro de **la formación del estilo**, podría ser una emisora cultural, infantil, musical, noticiosa o combinada, música con noticias, deportes con programas infantiles, cultura con informaciones y música, etc. Lo podemos combinar de muchas formas. También

hay subdivisiones, por ejemplo, una emisora musical por tipo de música; se puede querer una emisora de música instrumental, latina, criolla, o a lo mejor una mixta entre latina y anglo.

Hay una cantidad de formas que se pueden combinar, y así llegamos a lo que se llama **segmentación**. Las emisoras se segmentan, por ejemplo, si una vez que está definido el nivel socioeconómico, se dirige a las amas de casa y se les ofrece cocina todos los días y además una radionovela. Si, en cambio, es al hombre, puede pensarse el show business o noticias de la bolsa, y entonces se trata de una emisora dirigido más al hombre ejecutivo. Así, de la conjunción del estilo de la emisora y el espectro de la población, llegamos a la segmentación. Hoy por hoy, la radio se ha segmentado mucho más que la televisión, y ésa ha sido el arma de la radio para poder captar al público. La publicidad nos obligó a segmentarnos y además el oyente de radio ya no es aquella persona que está el día entero oyendo radio. Nosotros tenemos que aprovechar al máximo ese momento de captación, para darle al oyente exactamente lo que quiere escuchar, porque si no tendrían que estar todo el día escuchando la radio para ver cuándo dan las noticias o cuándo pasarán la canción tal.

Una vez que está claro el aspecto socioeconómico y el estilo, y se logró la segmentación, entonces tenemos que tomar en cuenta el **target**, porque la segmentación es el **target**. El resultado es una programación que definitivamente hay que crear, y ese es el momento de llamar a los profesionales del área. Si la programación es noticiosa, por ejemplo, hay que llamar a los comunicadores, a los periodistas, reporteros. Por otra parte, una vez que se tiene la programación, hay que ver que ésta puede ser de 6 de la mañana a las 12 de la noche, o por el período de tiempo que se quiera. En el caso de Radio KYS, ésta funciona las 24 horas diarias, tiene una programación mixta, cumple con cultura, música, noticias, etc. Así se logra la columna vertebral, como en cualquier otra empresa.

Actualmente, en Caracas hay 38 estaciones de radio y las mediciones de audiencia se hacen del 1 al 38. Pero tenemos que saber comprender la lectura de ese *survey*, porque, por ejemplo, las emisoras populares no pueden competir con las culturales o las noticiosas; estas últimas tienen un rating mucho más bajo que una emisora popular. No hay que mortificarse por el lugar donde que-

de la emisora, lo que sí tenemos es que tratar de que en nuestro target estemos en los primeros lugares.

Cuando está lista la programación, ya se sabe lo que se va a hacer, se llama a los profesionales y entonces, ¿qué se hace con esa gente? Pues se va a un **organigrama**. Hay que tomar en cuenta que las emisoras del interior del país no cuentan con los mismos recursos que las de Caracas. Por eso existe el "toero" o "todero", que es el que lo hace todo: es director, gerente, vende, compra, visita, lleva las facturas, etc. También en Caracas hay emisoras con departamentos de prensa que no existen como tales, sino que toman los periódicos y que marcan los titulares, y así sacan el noticiero al aire, narrando los titulares. Esto sucede también en los circuitos, cuya programación es horizontal: se programa en Caracas y de ahí va a todo el país, complementando con programas locales al gusto de cada región. Los celulares, los fax, permiten que se narre una misma cosa casi con 10 minutos de diferencia.

En el comienzo del organigrama está la Junta Directiva, que existe en cualquier empresa. La Junta muchas veces gerencia la estación, y otras no. Y aquí entramos en la siguiente pregunta: ¿qué es la Gerencia? La Gerencia es el departamento que tiene que lograr que se cumpla aquella programación, aquel estilo, aquella definición de lo que queríamos que fuera la estación. La Gerencia tiene que velar que se cumpla con aquel proyecto económico, con que el estado financiero rinda las utilidades propuestas en tres o cinco años, que se cumplan las metas, no elevar mucho los costos, no salirse de su estilo, llamar la atención o recordar a las personas de los diferentes departamentos la implementación de cada responsabilidad.

Luego están los departamentos, que pueden existir como tales o como gerencias: en el primer caso estarían los técnicos, los encargados de la programación, prensa, ventas, administración, y en el segundo, estarían el gerente técnico, el gerente de programación, el gerente de prensa e información, el gerente de ventas o el gerente de administración. Siempre es mucho mejor que existan todas estas gerencias porque, a su vez, de ellas dependen otra cantidad de aspectos y es mejor que haya un grupo de personas responsables.

El Departamento Técnico fue el que elaboró el estudio técnico y es el encargado de llevarlo a la práctica. Para eso, lo primero que

tiene que hacer es comprar equipos adecuados. Si la emisora es informativa, tienen que tener muchos grabadores para que los reporteros graben, si va a ser netamente musical, tiene que tener compact o platos –para los discos de pasta, que casi no se usan en ninguna emisora–, cintas nuevas o minidiscos... El Departamento Técnico es el que recomienda a la Gerencia o a la Dirección cuál es el equipo idóneo para que lo que se quiere hacer, averigua costos, realiza el montaje técnico de todas las emisoras tanto de transmisión como de los estudios.

En el caso de una FM –la AM tiene tanta potencia que necesita estar alejada de la ciudad– como Radio KYS, se puede estar transmitiendo desde una torre alta en la casa de KYS, pero también tenemos nuestra torre transmisora en El Ávila; en el caso de las ciudades planas, no hay problemas con las montañas, pero en el nuestro, si uno tiene un cerro de un lado y por el otro un edificio, es prácticamente imposible porque siempre va a rebotar la señal. En el caso de las FM sabemos que estamos muy limitados en las áreas. Siempre son áreas metropolitanas, si es Caracas, es Caracas, aunque a veces se cuelan las señales por un hueco entre las montañas, así que las FM son locales y las AM son nacionales.

El Departamento Técnico está formado por un ingeniero técnico y sus ayudantes, que deben ocuparse del mantenimiento y de la reposición de cualquier equipo que se dañe, sustituirlo por uno nuevo o repararlo. Y una vez que la estación está montada, la tienen a su cargo **los operadores de las estaciones**. El operador se llama en radio "el muchacho" y debe tener un permiso del MTC y un título de operador. El **operador de estudio** es quien se sienta frente a los controles, maneja el estudio al aire, mientras que el **operador de grabación** trabaja en un estudio similar al que está al aire, pero no es quien saca el sonido hacia afuera, sino que graba los programas que requieren mucha producción o las entrevistas grabadas. **Los operadores de planta** son los que están pendientes y controlan el transmisor que retransmite la señal en el Ávila. Así que hay tres tipos de operadores que están a cargo del Departamento Técnico y que manejan los equipos. Actualmente, existen más los departamentos que las gerencias; estas últimas las tienen más aquellas personas que mantienen circuitos o que ameritan tener dos o tres profesionales porque brindan un servicio para 10 ó 15 estaciones.

El **Departamento de Programación** tiene en un principio una relación muy directa con la programación, es decir con el esqueleto. Pero si ya existe la programación definida, este departamento necesita de un programador o del gerente de producción, de los musicalizadores, de los locutores, del departamento de Relaciones Públicas, y de los locutores y productores independientes.

En una emisora, hay tres tipos de personal: los **locutores** que hacen una guardia, que cumplen un horario específico, que vienen de lunes a viernes; los **empleados**, que son los que cumplen sus ocho horas de trabajo –sobre todo el personal administrativo y de ventas– y el **personal contratado**, que se emplea para, por ejemplo, producir los libretos de un programa específico. Este último sería un productor contratado, que no está en la emisora durante todo el día sino que trabaja en su casa y trae el trabajo ya hecho para realizar el montaje. También está el **productor independiente**, que no es empleado porque no cobra un sueldo, ni tampoco es contratado, porque no se le paga una suma fijada, sino que se le paga con cuñas o por espacio. Este puede ser locutor o productor. La radio vive de las cuñas, por eso a ese productor se le paga por su guardia o por su libreto con tantas cuñas. El le cobra al cliente, a través de cupos, y casi siempre tiene su cartera de clientes; si no la tiene, tratará de hacer un contrato por más de un cupo. Hoy en día se trabaja mucho con la imagen del productor independiente porque, de lo contrario, los costos se elevarían muchísimo.

Al productor independiente se le da una cantidad limitada de cupos y, de allí en adelante, los cupos forman parte de la emisora. Hay distintos **tipos de convenios**: al productor independiente se le pueden ofrecer cupos, o proponerle que el primer cupo sea para él, el segundo para la emisora y el tercero se comparte bien mitad y mitad o 40% y 60%. Todo lo que entra se reparte bajo un porcentaje previamente acordado. Y hay productores independientes que ponen dinero de sus bolsillos para lograr una buena calidad. Cuando se hace el trato, hay que tomar en cuenta, por ejemplo, que si se tiene un buen programa, eso favorece a la emisora, porque existe la posibilidad de tener figuras que sean estrellas importantes dentro de la radio, que estén contentas y ganando bien, sin que eso sea un problema, una dificultad económica para la emisora. En esta radio, por ejemplo, trabajan varias personas que también tienen funciones distintas en otras partes, pero que esto no le hace

mella ni a la estación, ni a ellos como profesionales. Hay emisoras que exigen exclusividad, que el profesional que trabaje con ellos no puede trabajar en ninguna otra parte, pero lo que normalmente no se permite en ésta ni en ninguna otra radio, es que los profesionales trabajen en otra emisora de la competencia haciendo lo mismo.

En Radio KYS FM se les da oportunidad a personas desconocidas. En las emisoras de radio, no todo el mundo es estrella. Lo que no se puede hacer es que cuando alguien esté comenzando, se le dé un horario estelar, porque a esa persona hay que foguearla. Una emisora que ya tiene un estilo, un posicionamiento, no se puede dar el lujo de poner al micrófono a una persona sin experiencia mostrando todas sus fallas. Lo que sí se puede es ubicarla en horarios donde no las oigan mucho, como el nocturno, por ejemplo, para que vayan perdiendo el miedo escénico y puedan tomar mucha fuerza.

El Departamento de Musicalización es el que se encarga de recibir todo el material discográfico nuevo. Lo primero que hay que hacer es recopilar una discoteca con los 60 ó 70 años de música que tenemos grabada, de acuerdo al estilo de la emisora. Por ejemplo, si se va a especializar en merengue, hay que buscar todo lo que se ha hecho en este género, el que está y el que no está. Una vez formada la discoteca especializada, se pasa al material nuevo, al que va saliendo. Con todo esto se logran las pautas musicales que pueden ser hechas por un musicalizador o por el propio locutor. Puede ser que el musicalizador dé las pautas de los tres o cuatro temas que están saliendo y se están promocionando, y que el locutor ponga los demás. Y es que hay muchas formas de musicalizar, ya sea entregando una pauta musical ya hecha o que el locutor haga un balance acorde con la columna vertebral de la emisora, tanto en estilo o en ritmo. Todo eso depende del **Departamento de Musicalización**, que se reúne con los locutores e intercambia opiniones y conocimiento sobre los temas que están subiendo, o los que son muy solicitados. Esto depende mucho del Departamento de Programación. Luego está la parte de las **Relaciones Públicas**, que se encarga de notificar a los periodistas, al propio personal y a los clientes –relaciones institucionales–, los cambios de programación que se vayan a hacer, todo lo acontecido o por acontecer.

El Departamento de Prensa e Información es una gerencia muy importante, porque el manejo de la información y de la opinión es muy delicado. Si se pone una canción que no es muy del estilo de la emisora, puede que no pase nada demasiado grave; pero si se da la noticia de que murieron mil personas en lugar de cien mil, entonces ya la cosa cambia. Es por eso que el Departamento de Prensa, la Gerencia de Prensa, es indispensable en las emisoras. Se necesita un organismo inspector, controlador, que verifique constantemente la información, para que no se tergiversen las cosas. Como medios de comunicación social tenemos que aprender a lograr que podamos manejar la información de una forma ecuánime, seria y sana.

También están los reporteros y los redactores. **Los reporteros** son quienes están en la calle reportando cualquier suceso. Hay diferentes fuentes de información que se deben cubrir y cada emisora contrata a los profesionales de cada área, según su estilo. En Radio KYS, por ejemplo, se cubre menos el área de sucesos, que solamente se menciona si el hecho lo amerita. **Los redactores** son los que producen los noticieros y los avances; la síntesis de la información que recogen de los reporteros o de los cables internacionales, o de otras emisoras, televisoras y periódicos. Es una recopilación completa de todo lo que sucede y se transmite, hasta por onda corta, porque aunque los teletipos se han dejado de utilizar bastante, aún se manejan. De este trabajo de recopilación puede resultar un noticiero bueno o malo.

El Departamento de Ventas es el que se encarga de la comercialización. Las emisoras viven de las cuñas, que son **las ventas propias** de la emisora; la otra parte es **la comercialización externa**, que tiene que ver con que todo el trabajo que se logra en una emisora pueda ser promocionado, publicitado, utilizando otros medios. Por ejemplo, se pueden sacar cuñas de la emisora de radio en un canal de televisión, o en cine, vallas, en el Metrobús. Esa parte externa está muy relacionada con las ventas, porque evidentemente se trata no sólo de una estrategia para los oyentes, sino también para decirle al anunciante "cómprame". Por eso la podemos considerar una forma de comercialización. Cuando una emisora hace un anuncio en otros medios, está haciendo una inversión que se traduce en tomar más clientes, en poder vender más.

Ahora bien, es en **la comercialización propia** donde está la prin-

principal fuente de recursos de la emisora. Es lo que entra, no lo que sale. Se venden dos tipos de cosas. **Las cuñas**, que son espacios de 10, 20, 30, 40 ó 50 segundos. **El precio de la cuña** tiene que ver con la duración y con la frecuencia, si va un día a la semana o si va todos los días de la semana, si va de lunes a domingo o días intermedios. En cuanto al horario se pueden vender **cuñas preferenciales** o **cuñas rotativas**, que son las que se rotan durante toda la programación, en la mañana, en la tarde, en la noche, en la media noche. **Las preferenciales** se rotan con límites de horario y **las selectivas** se pautan en un horario exacto.

Después de las cuñas, el segundo tipo de venta es el **patrocinio de programas**, que es una forma diferente de cuña, siempre un poquito más costosa. El patrocinio consiste en que el cliente compra la presentación, la despedida y el mantenimiento del programa. Es cuando se dice "el programa que a continuación van a escuchar es por cortesía de tal empresa", a mitad del programa sale la cuña del cliente y cuando termina dice: "este programa fue presentado a ustedes gracias a la empresa tal". Los patrocinios son más costosos que las cuñas porque los programas ameritan una cierta producción; se calculan más o menos en el doble o el triple de lo que pueda costar una cuña preferencial selectiva.

La publicidad puede ser propia o de otros medios, porque nosotros mismos, como medio, también nos podemos publicitar, así como se publicitan las televisoras con sus promociones y las radios con sus producciones de programas. Es la misma promoción interna que se pueda hacer una estación, además de la externa.

El Departamento de Coordinación está muy ligado al Departamento de Ventas, pero funciona más como un departamento de servicios. Las emisoras de radio, además de ser un medio de comunicación, son una empresa de servicios. El problema es que en la radio lo que se vende es intangible: segundos, minutos, ya sea una cuña, patrocinio, espacios, programas, pero es aire. Entonces, lo más importante es el servicio que uno pueda prestar. Desde este punto de vista, el **Departamento de Coordinación** es el más relacionado con la parte de servicios de una estación de radio.

La coordinación comienza en el momento en que el Departamento de Ventas, después de producida la venta, entrega el contrato. Este puede ser un contrato o puede ser una orden, la diferencia está en que el **contrato** es una hoja de la compañía, donde

se contrata a un cliente, mientras **la orden** es más bien lo que el cliente entrega. Muchas veces, las órdenes son enviadas por las agencias de publicidad. Cuando se trata de clientes directos, se le prepara un contrato o una orden, que tiene que tener todos los elementos necesarios para que la coordinadora pueda incluir en esta pauta comercial en la programación. **La pauta** debe tener el nombre de la cuña, el tiempo de duración, el período en que debe transmitirse, los días en que se va a transmitir y la versión que se va a transmitir. Puede ser que una cuña tenga más de una versión como, por ejemplo, el caso de Bahía's, que tiene diez versiones diferentes al aire, pero exige que cada versión suene determinadas veces. Toda esa información debe tenerla el contrato llegado a las manos de la coordinadora y, como dije antes, puede venir de agencias de publicidad o de clientes directos.

Cliente directo es el que no tiene contrato con ninguna agencia y contrata con la emisora sin intermediarios. Esto puede hacerlo por cupos o espacios. En el caso del profesional contratado por medio de cupos como productor independiente, éste puede decir "aquí está mi cliente". La obligación del coordinador es incluir dentro de la pauta comercial, las cuñas de los productores independientes o los espacios que hayan sido vendidos. Ahora, para hacer la cuña, ellos tienen que enviar el **material** en una cinta, en dat, en cajetín o de la forma que sea, para que se puedan organizar en la estación. Puede venir un texto donde se lea lo que quieren que el locutor diga en vivo, o grabe para que lo monten en la estación. Otras veces se graban cuñas adaptadas, es decir, que salen en otras estaciones de una forma distinta por el target exacto – las cuñas se crean de acuerdo al público al que va dirigidas, y a veces puede que eso no se adapten mucho.

Montar significa ponerle la música a la cuña. Previamente, el locutor y el cliente llegan a un acuerdo comercial, porque la locución tiene un costo –los locutores se cotizan de acuerdo a su prestigio y su imagen–, que no tiene nada que ver con los costos de la emisora. Eso ya es un **convenio**, un contrato que se hace directamente entre el locutor y el cliente.

Puede haber **cambios de material**. Por ejemplo, un cliente contrató por seis meses, pero en el Día de la Madre quiere una cuña especial para esa oportunidad. Para ello deben enviar un cambio del material. Pero no es necesario cambiar el contrato, sino sola-

mente hacer un **cambio de texto**. También puede darse una **suspensión del contrato** a solicitud del cliente, aunque no se haya cumplido el tiempo original.

Cuando tenemos el contrato con toda la información, y tenemos el material o la **cuña**, hay que crear la **pauta**. Lo primero que hay que tomar en cuenta, es la **hora** en la que va a salir la **cuña**. La coordinadora toma toda esa información y la traslada a la **pauta**. Esta puede hacerse en forma manual o por computadora, a cualquier horario. Cada **cuña** se la identifica con un nombre o con un número. También hay que indicar la duración, si va a ser de 20 segundos, 30 segundos o 1 minuto, porque el operador tiene que **ponchar** una **cuña** tras otra. Los **cuñeros** tienen 3, 5, 8, 10 o 20 **cuñas**, así que el operador debe estar pendiente de cuándo termina una y "ponchar" la otra, porque si no, existiría lo que se llaman los **baches**. Allí mismo se indica si son **cuñas** o si son **promociones**, porque quizás haya que poner **promociones** de la propia estación. El operador debe saber los horarios de la **pauta comercial** y de los programas, cómo se llama el programa que tiene que salir, si el programa tiene **patrocinios**, si va a tener **presentación**, **mantenimiento** y **despedida**, si está **presentado** por algún cliente, quién será el **locutor**, el **animador** o el **narrador**, si la **cuña** debe ir en vivo. Todo eso lo dice la **pauta comercial**. Y hay otras **informaciones**, como los nombres de los operadores que van a cumplir con esa **pauta**, a qué hora termina y a quién le debe entregar el **control de las pautas**.

Hay una columna que se llama **observaciones**, que es donde se anotan cosas como las **fallas técnicas** que puedan ocurrir o las **inasistencias**. En este **cuñero** se notifica el tipo de material que se va a utilizar, porque tenemos que saber si el programa va en vivo o va grabado, y qué tipo de material va a utilizar, si es un **compact**, un **disco duro**, un **dat** o una **cinta**. Todo debe quedar especificarlo, porque la coordinadora deja esa **pauta** y se va. A veces, la **pauta musical** es hecha por el **musicalizador**, entonces si es en un **horario determinado** y no está el **locutor**, hay que anotar que allí se está dejando la **pauta comercial**.

Difícilmente el **anunciante** se queda escuchando si le pasan o no la **cuña** que **contrató**, así que es **importantísimo** la **elaboración del horario**; de otra forma los **anunciantes** no **anunciarían** en **radio**. Automáticamente, en el momento en que la **coordinadora**

pauta la cuña, se supone que leyó el horario. Y es importante que se le haga entrega inmediata al cliente, para que él encienda el radio en ese horario y verifique que están pasándola. Es una forma para que ellos puedan comprobar que les estamos poniendo su cuña. La radio tiene una parte triste, que tiene que ver con los incumplimientos en los que a veces caen las emisoras en relación a las pautas de las cuñas. A veces, a los clientes que compran 10 cuñas, sólo les pautan 5, y eso hace mucho daño porque se pierden los clientes y la credibilidad. Entonces, es muy importante este servicio, porque si no se le entrega al cliente con rapidez el horario, puede pensar que no se está poniendo la cuña o que se está poniendo sólo la mitad.

El **horario** debe indicar la hora en que va a salir el programa o la cuña, los días en que va a salir, que ya vienen señalados en el contrato. Hay que informarle al cliente que ese horario que se entregó se va a cumplir desde tal fecha hasta tal fecha. Cuando un cliente hace un contrato por seis meses, se le diseña un horario que se supone debe durar los seis meses, pero a veces suceden los cambios de horario para evitar la monotonía. Cuando son períodos de tiempo tan extensos, los horarios se varían porque el público ya sabe que a tal hora y todos los días se va a encontrar con la misma cuña, y eso fastidia. Por eso es bueno que haya rotación, aunque, de todas formas, la rotación existe dentro de la semana: el lunes nunca va a sonar igual que el martes o el miércoles, a no ser que se trate de compras selectivas. Cuando se compran **cuñas selectivas**, el cliente dice lo que quiere, por ejemplo, que las cuñas salgan todos los días a la 1:00 de la tarde. Esa cuña es más cara y en ese caso nos encontramos con que todos los días a esa hora estará la misma cuña; en caso contrario se trata de rotar la cuña dentro del horario de la programación.

Las cuñas se pueden comprar desde un día hasta un año; más de un año no, porque las tarifas cambian. Se pueden hacer las precompras también, pero usualmente son contratos que no exceden de un año. Los cortes, en cuanto a facturación y entrega del certificado, se hacen mensualmente, a no ser que la compra que el cliente haya hecho sea menor a los 15 días, o menor a un mes. Al finalizar se factura, y adjunto con la factura va el certificado de transmisión. El **certificado de transmisión** es un documento en el que se certifica que esas cuñas que se compraron, se transmitie-

ron. Nunca se puede certificar hasta que no se termina la transmisión, porque no se puede certificar que se transmitió una cuña, cuando todavía está por transmitirse. Ese es el único comprobante que se le entrega al cliente por la compra de sus cuñas, y en el caso de las agencias de publicidad, el certificado es la factura y la agencia se la queda. Con ese certificado de transmisión, la agencia de publicidad le cobra al cliente, y la agencia le paga a la radio.

El Departamento de Coordinación, que a veces puede ser más amplio –puede hacer una cantidad de otras cosas–, tiene que dar buen servicio al cliente. Entre sus responsabilidades está la elaboración de pautas comerciales, pero su trabajo no termina allí, sino que tiene la responsabilidad de su revisión diaria. Pueden ocurrir miles de cosas –que no se encontró el cajetín donde estaba la cuña del cliente, o se dañó la cinta o la casetera no funcionó, o el compact no arrancó–, entonces eso debe quedar anotado en la pauta. En estos casos, se le notifica al cliente que por fallas técnicas no salió su comercial y que éste saldrá tal día a tal otra hora. Por eso es importante la revisión continua de la pauta.

También hay que estar atentos a los problemas técnicos –un equipo dañado, por ejemplo, hay que repararlo inmediatamente–, para que pueda continuar el buen funcionamiento de la estación. Cuando un equipo está fallando, la coordinadora no se puede excusar diciendo que no lo sabía; debe estar pendiente y avisarle al jefe técnico para que repare el equipo o se grabe la cuña nuevamente, si es que se partió la cinta. Hay que supervisar muy bien que se cumpla con el contrato, con los horarios que pidió el cliente, con el período, que el material esté, porque aunque se ve muy sencillo, no lo es. Si el cliente viene y quiere que se le cambie la versión de esta cuña por otra, y al coordinador o a la coordinadora se le olvida cambiarlo, automáticamente el cliente dirá “esa no es la cuña que yo quería”. Todo esto depende del Departamento de Coordinación. Es importante el archivo de los materiales como recibido, porque a veces sucede que se le envía el horario al cliente y éste, por una u otra razón, no lo recibe. Por eso es importante que el Departamento de Coordinación mantenga una copia con ese documento sellado y firmado, para que se le pueda hacer llegar la copia al cliente, y éste sepa que se cumplió con el requisito de enviar en su momento el horario y cualquier certificado de transmisión. El certificado de transmisión no lo podemos dar por

duplicado, porque si damos dos estamos certificando que transmitimos 20 cuñas en lugar de 10. Entonces, es importantísimo que en el momento en que se entrega el certificado al cliente, éste firme y selle haberlo recibido. Si el cliente lo extravía, lo más que podemos hacer es darle una copia fotostática del certificado original.

Luego está la grabación y el chequeo del material para que pueda salir. Hay que estar pendientes con el **Departamento de Grabación**, que es el que va a reproducir la cuña hasta que esté apta para salir al aire, para que se encargue del chequeo de la calidad del material. Se supone que el Departamento de Coordinación es el que oye las cuñas, pero puede suceder que cuando una cuña no es apta, nos pregunta, "¿qué hacemos?, porque está muy bonita, y la tengo que echar para atrás". Y ahí la oímos. Puede también suceder que el material venga con mala calidad, que se oiga mal o con mucho ruido, que no se oiga lo que dice el locutor. Esto tiene que ver con la supervisión de la calidad del material o con la duración: esta persona o este departamento tiene que chequear que si el cliente contrató cuñas de 30 segundos, entonces que no pueden ser cuñas de 50 ni de 60, porque hay que cumplir con lo estipulado en el contrato.

Los operadores dependen del Departamento Técnico, porque ellos son los que manejan los equipos, pero a su vez dependen en gran parte del Departamento de Coordinación, porque la coordinadora es la que tiene que estar pendiente de que haya un operador que saque la pauta. Ningún operador puede dejar su guardia, eso ya es por Reglamento del Ministerio, ningún operador puede decir "bueno, ya llegó mi hora, yo me voy, porque ya cumplí"; si esto sucede, la estación queda fuera del aire. Para esos casos, existen los **operadores de avance**, que se llaman por buscapersona. Y esto depende siempre de la coordinadora o del Departamento de Coordinación.

Entre las obligaciones de los coordinadores está la atención al cliente. Estos son los que reciben sus quejas y son las personas idóneas para escucharles peticiones sobre los horarios para las cuñas rotativas –por lo general son los mismos horarios que quiere todo el mundo–. También tienen que tratar el tema de la verificación. Y es que el coordinador es el alma de una estación.

Por otra parte, todo lo lleva la contabilidad. Todo lo que tiene

que ver con cualquier departamento administrativo, igual que cualquier empresa, con la única diferencia de que las emisoras de radio dependen del Ministerio de Infraestructura y no de la Gobernación. En este caso no se necesita patente de Industria y Comercio, sino que se le paga al Ministerio un impuesto sobre la facturación. Todas las empresas deben sacar patente de Industria y Comercio y pagarle a la Gobernación o al Municipio un cierto porcentaje de su facturación. En el caso de las emisoras de radio el pago se hace al Ministerio. Lo otro que diferencia a la radio de otras empresas es que tiene que cumplir con un pago a SACVEN, que es la Sociedad de Autores y Compositores, por la transmisión de la música. Como SACVEN no puede saber cuántas canciones se pusieron, ni a cuáles autores pertenecen, ni quién las compuso, ni cuántas veces sonó, entonces decidieron cobrar también un porcentaje sobre la facturación. También está la Cámara de Radio, el Sindicato de Radio y Televisión, que es sobre todo para las emisoras que tienen contratos colectivos que dependen del Sindicato. Normalmente, hay que cumplir con un reglamento existente y con el pago de impuestos.

ELÍAS PINO ITURRIETA
Ética de los medios

Elías Pino Iturrieta es un reconocido y valioso historiador, ensayista y articulista, que inició el estudio de las ideas y de las mentalidades en el país, y que ha analizado las ideas políticas en textos como La mentalidad venezolana de la Emancipación, en el que estudia las ideas que hicieron posible la Independencia y el contenido de los libros que se publicaron en aquel entonces.

Ha escrito, entre muchas otras obras, Contra lujuria castidad, que es una historia de la represión religioso-sexual del siglo XVIII, y también de la cotidianidad, tema que frecuenta en otros de sus títulos como Las ideas de los primeros venezolanos, que abarca a partir del año 1830 en adelante.

Pino Iturrieta es académico de la Historia, ex decano de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela, y actualmente dirige el Instituto de Investigaciones Históricas de la Universidad Católica Andrés Bello. Es un lujo para nosotros su presencia en la Cátedra de Radio.

O.Y.

El trabajo del comunicador es una responsabilidad personal y profesional de producir, si no una información veraz y objetiva, porque evidentemente no existe tal alternativa, versiones respetuosas, versiones plausibles de la realidad. Más aún ahora en una situación de encrucijada.

La manera de vivir de los venezolanos, el comportamiento de la sociedad venezolana de 1958 para acá, que parecía duradero, ahora no lo parece. Hubo un primer llamado de atención, el famoso "viernes negro", cuando aquella vivencia común que se resumía

en la frase que todos conocemos, "ta' barato, dame dos", desapareció del repertorio de la vida social. Y a eso le vino después el "Caracazo", segunda evidencia de que no era duradera nuestra forma de vida. Y luego le vino una tercera, el golpe de Estado fallido contra el régimen constitucional de Carlos Andrés Pérez, para entrar en esta etapa que pudiera ser el comienzo de algo, ya que concedemos que la realidad tiene diversas posibilidades de interpretación. O pudiera ser el fin, el comienzo de una época nueva, dorada y esperanzadora, o el cementerio de todo lo que forjaron nuestros padres y nosotros mismos desde 1958. O quizás desde antes, desde 1945, cuando ocurre la fractura y la separación de la historia de la sociedad venezolana en relación con el gomecismo y con el post-gomecismo.

Entonces, hay muchas maneras de ver esa realidad que nos obliga, que nos conmina y a la cual nosotros, si hemos escogido este oficio o este camino, tenemos la obligación de tratar todos los días de mirarla desde diferentes puntos de vista, procurando lo que nunca podremos ser: ni veraces ni objetivos, entre otras cosas porque no somos objetos sino sujetos. Pero, en todo caso, si no podemos ser ni lo uno ni lo otro, podemos ser honrados, honrados en el entendido de que tenemos conciencia de nuestra propia limitación, pero sobre todo respetuosos del oyente.

Hace un par de meses –y me cito no porque mi artículo tenga alguna importancia sino porque puede ayudarme a fundamentar lo que aquí digo–, escribí un artículo en el periódico cuyo título puede ser lapidario: "Impunidad mediática". Venezuela vive la impunidad mediática, pero fundamentalmente la impunidad de la palabra hablada. El que escribe en el periódico se toma su tiempo, prepara su columna, medita el reportaje y a pesar del apremio de que el periódico sale mañana y hay que terminarlo, existe como un tiempo de reflexión. Quizá en los medios más contemporáneos, más de movimiento permanente como la televisión y como la radio, no se facilite esta alternativa de reflexión, no hay esa posibilidad de cierto recogimiento para sopesar las palabras. Entonces, ¿qué es lo que pasa cuando se sintonizan, si no todas, buena parte de las emisoras de radio de este país? Uno se consigue primero con un enjambre de sabios que difícilmente existían en la Florencia de los Médicis, con un enjambre de descalificadores que difícilmente existían en Babilonia. Por ejemplo, la guerra en Cheche-

nia. Una cosa importante, fundamental, es la lectura de esa información sobre lo que ocurrió en Chechenia y, seguramente, la consulta de algún experto que pueda decir qué fue lo que pasó. Puede que alguien aquí lo sepa, que tenga una noticia sobre eso, muy bien, pero resulta que no nos quedamos en esa información sobre Chechenia, sino que ahora viene el pontífice de turno, el que está en la hora radiada, a explicarle al lector, sin saber de qué se trata, qué fue lo que pasó en Chechenia. Eso es un irrespeto a la profesión, pero es un irrespeto al oyente.

Durante muchísimo tiempo los medios de comunicación social se obsesionaron con los líderes políticos y con los partidos políticos en particular. Y a su vez, quizá por la mala conciencia, los políticos se retrajeron. Yo creo que le tenían más miedo al micrófono de un reportero que a un golpe de Estado, pues los golpes de Estado parece que pasaron felizmente. Estamos ante un afán de reemplazar el sector público por un interés poco claro, pero sobre todo poco convincente, que esto conduce a la desaparición o a la disminución como la que estamos viviendo. Desde luego que yo no le puedo atribuir todo lo que está pasando en Venezuela a Oswaldo Yepes, a que él agarró un micrófono para decir lo que se le antojó. Oswaldo Yepes no decía ni dice lo que se le antoja sino que por experiencia, por formación, por respeto, tiene una manera de tratar a la sociedad y de relacionarse con ella todos los días, a título personal y como dueño de un proyecto radioeléctrico. Sin embargo, no es eso lo predominante en la sociedad venezolana actual y considero que tiene razón el Gobierno al preocuparse por el respeto a la veracidad y a la objetividad, no hasta los extremos imposibles de cumplir que quedaron plasmados en la Constitución, pero sí hasta el punto de llamarle la atención al que maneja el medio, al que está frente al micrófono de cómo tiene que tener pupitre, lectura, formación, pero sobre todo respeto para el ama de casa y la persona que está pasando u oyendo la noticia.

No hay persona más inofensiva y más cautiva que un oyente. El oyente tiende a ser crédulo, el lector del periódico es muy crédulo y muy ingenuo, casi hasta la bobera. "¿Por qué dices tú eso? Ah, no, porque eso lo dijo *El Mundo*; ah, no, porque eso lo dijo *El Nacional*, eso está en *El Universal*". No se toman la molestia, ni siquiera la prevención de distanciarse de la noticia para hacerse su propio juicio. Uno lo convierte en un receptor cautivo y obediente.

Como les pasa a los profesores en la universidad. "Ah, eso lo dijo el profesor Pino", pero es que el profesor puede haberse equivocado o dio una mala clase o no la preparó o es un irresponsable, y eso lo tiene que filtrar el estudiante. Y en el caso que nos ocupa, si no es factible de inmediato que el destinatario del mensaje esté en capacidad de distanciarse y de filtrar el mensaje, sino que lo recibe y lo calca, y se lo mete en el cerebelo, pues la obligación de la contención, la obligación del equilibrio, la tenemos nosotros. Eso, desde luego, en el caso de que tenga sentido lo que vengo diciendo, porque, desde luego, en el fondo lo que estoy haciendo es "mentar la sogá en la casa del ahorcado".

Pero es evidente que ante la disminución de los partidos políticos, ante el descrédito de los voceros tradicionales que han manejado a la sociedad en Venezuela desde la caída de Marcos Pérez Jiménez, el reemplazo se encuentra en Napoleón Bravo, el reemplazo se encuentra en los grandes locutores famosos que son muy importantes e imprescindibles. El punto está en que la sociedad los necesita, es casi como la búsqueda del guía o del caudillo en las sociedades antiguas, en las colectividades tradicionales. Ese patriarca antiguo que determinaba la vida ha sido reemplazado por el monstruo mediático, pero en el caso que nos ocupa ese monstruo mediático está marcado por la impunidad.

Entonces, es cuestión de que la realidad se eamine desde la perspectiva de la honradez. Por supuesto que el aspecto profesional es fundamental. Sin una formación escolar y académica coherente, es una aventura y una irresponsabilidad enfrentarse con un medio de comunicación social, eso es evidente. Para eso están las escuelas grandes y pequeñas que nos enseñan a hablar, a oír y a manejarnos en el mundo de la noticia, del análisis político, de la diversión -que también es muy importante-. Todo eso tiene que ver y forma parte de un mismo contexto. Pero hay circunstancias y hay momentos en los cuales se requiere una mayor atención del problema radio, del problema televisión, del problema de tener un micrófono al frente para decir lo que se tenga que decir para bien de los demás.

Uno no se puede asumir como juez, ni como poseedor del bálamo que le va a salvar la vida a los demás. Pero, evidentemente, tiene que entender que aunque parezca exagerado y aunque parezca mentira, la vida de los demás muchísimas veces depende de

lo que se oye en la radio cuando uno va en la cola o de lo que pudo leer un momentico en el periódico de Teodoro Petkoff, o de lo que dijo un "sabio" en cualquier micrófono de los centenares de micrófonos que pululan en el país, que nos atosigan y que nos ayudan. El punto está en que si nos ayudan, deberían ayudarnos más, porque la falta de voceros creíbles es quizá otro de los rasgos de la disolución social.

Tan notoria es la falta de esos voceros creíbles, que aquellos que sensatamente no debieron ser creíbles se convierten en tal cosa. De allí la existencia de cualquier locutor reemplazando a monseñor Baltazar Porras o reemplazando al Fiscal General de la República, mientras están pasando cosas que requieren de un vocero responsable. Y ya que no existen ellos o que se tienen que formar, como se están formando de seguro, haya una estructura y un parapeto montados desde no sé qué año, desde la época de Eleazar López Contreras por lo menos, si no me equivoco, que ha reinado en la sociedad venezolana, pero que a la vez ha hecho un nexo, un vínculo con el destinatario. Y el destinatario, que ya no asiste a la casa de Acción Democrática, que ya no asiste a la casa de Copei, que se cuida de asistir a cualquier reunión partidaria, quizá por desengaño, tiene un solo contacto creíble y confiable y que puede manejar él mismo: el de prender y apagar la radio, el de poner y cambiar un canal de televisión. Entonces ha llegado el momento en que ese vacío, por necesidad, lo está llenando un locutor, lo está llenando un productor, lo está llenando un actor de radio o de televisión, lo cual significa que ahora sí es verdad que el compromiso y la responsabilidad son todavía mayores, pero esencialmente por el lado de la honradez, que significa saber decir, en un momento determinado: "Caramba, yo no tengo derecho a opinar sobre la guerra de Chechenia porque yo no sé nada de la guerra de Chechenia".

La responsabilidad quiere decir que yo no tengo por qué burlarme de la declaración del presidente de la CTV por el hecho de que sea el presidente de la CTV. El presidente de la CTV da una declaración por radio e inmediatamente después con decir "¡Jmm!", el locutor descalifica por completo una información que debe juzgar el oyente y no el intermediario de esa información que es el locutor. Cuando se es analista o intérprete es otra cosa, pero también para ser analista o intérprete no sólo se necesita modular muy

bien y saber respirar, sino tener informaciones mínimas, plausibles, que le permitan hacer comentarios coherentes, pero sobre todo, útiles para la realidad.

En el fondo es un problema de utilidad y la utilidad depende de la responsabilidad. Ciertamente, no se puede dar una información veraz, ni una información objetiva como lo plantea en términos monstruosos la Constitución. La información, por su propia naturaleza, no está sujeta a ningún tipo de reducción como la que propone la Carta Magna. Sin embargo, la obligación de quien vive de esa información, de quien la produce, de quien la promueve, de quien la divulga, es la de aproximarse en la medida de lo posible a esas metas sobrehumanas. Son metas sobrehumanas, porque jamás podremos crear verdades admitidas por todos. Lo que yo dije, ni debe ni puede ser admitido por todos, porque en el fondo, de lo que se trata, es de discutir aquello que se viene pregonando todos los días. Venezuela se ha acostumbrado también mucho al cliché, al estereotipo y, por consiguiente, a la mentira. Todo es malo o todo es bueno, sin matices.

En buena medida, los conductores de la opinión pública son responsables de esa falsedad, pero también la comodidad. Es muy fácil atribuirle todos los pecados a Luis Alfaro Ucero, esa es la cosa más simple del mundo. Creamos un monstruo, esa es la oveja negra, esa es la víctima propiciatoria y nos libramos de culpa, nadie más tiene que ver. Entonces se forma una matriz de opinión que nos divide en muchísimos muy, muy malos y unos pocos buenos que nos van a salvar la vida.

¿Cuál sería, en definitiva, esa empresa de responsabilidad, de relativa objetividad, de relativa veracidad a la que me vengo refiriendo desde el principio? Quizá algo que nos conduzca a que cuando nos miremos en el espejo y no nos arrepintamos ni nos sintamos mal con la cara que refleja. El venezolano tiene hoy, aquí y ahora, que reconciliarse con su realidad, mirarla con benevolencia, porque si no lo hace, estará viendo horror en todas partes y uno termina formando parte del horror. No es cierto ese país horroroso que divulgan los sectores políticos del Gobierno, no es cierto que en este país no haya una gran obra de la democracia desde 1958. Que hubo problemas, que hubo ladrones, que hubo descuido, evidentemente sí, la prueba es el lugar a dónde hemos llegado. Pero también Venezuela es uno de los países más desarro-

llados, más coherentes, más uniformes, más informados y más pacíficos de América Latina, con mayores perspectivas de vida, con mayor cercanía a los medios educativos. ¿Quién hizo eso? ¿Las Fuerzas Armadas? ¿La Iglesia católica? No, la sociedad venezolana dirigida por los partidos políticos que dieron un golpe de Estado en 1958 y nosotros. Nuestro pan está hecho de esa levadura.

¿Cómo se puede dormir un venezolano, que cuando se acuesta oye por radio u oye por televisión cosas feas de él mismo? Porque no estamos hablando de los marceanos, sino de los adecos y de los copeyanos. ¿Quién no tiene familiares adecos y copeyanos? Yo los tengo por el lado de Copei, mi mujer los tiene mucho por el lado de Acción Democrática, ¿por qué?, porque yo no soy marciano. ¿Yo me debo a quién? a la democracia venezolana. ¿Por qué yo soy historiador? Porque yo estudié en la Universidad Central de Venezuela de la democracia venezolana y me contrataron como profesor y me pagaron mi sueldo hasta que me jubilé. Entonces, resulta que esa democracia es mala. Pues yo no soy criatura de esa maldad. Pero así como yo no lo soy, no lo es ninguno de nosotros, no lo es ninguno de ustedes.

¿En qué medida, un micrófono bien manejado sin necesidad de mentir, sino simplemente ocupándose de mirar por primera vez la realidad con honradez, nos puede sacar del purgatorio o quizá del infierno? Esa pudiera ser quizá la meta, ese pudiera ser quizá el reto de la comunicación en la Venezuela de nuestros días: el de reconciliarnos con nosotros mismos, el de que escuchemos la radio para vernos cada vez mejor, lo cual no significa que ocultemos ni los crímenes, ni los latrocinios, ni los horrores que están pasando, sino que los veamos junto con el lenitivo, junto con la solución, junto con la alternativa de que Venezuela sea de veras el país hospitalario que estuvimos pensando todos, nuestros padres, nuestros abuelos, por lo menos desde 1945. ¿Qué mejor cuestión que un micrófono, qué mejor posibilidad que acabar con la alcahuetería de las versiones fáciles, con la mentira y la comodidad de las calcomanías que te repiten todos los días y que en definitiva no nos permiten pensar? Porque de eso se trata en definitiva, de que tú no pienses para que te conviertas en el borrego que has sido siempre.

Una sola cosa le falta a Venezuela para ser perfecta, y quizá por eso sufrimos los problemas que sufrimos. Los partidos en la socie-

dad contemporánea crearon la masa. He aquí presente la masa. No crearon al ciudadano, al hombre consciente y responsable que un micrófono de éstos tanto puede ayudar a construir y que tanto nos puede favorecer. En definitiva, es hora de ver distinto al país, es hora de decir que no es cierto ese libreto oscuro y trágico que nos están vendiendo, que tenemos miles de cosas de qué enorgullecernos, pero que para que eso se convierta en algo efectivo, sentimental, que nos reúna, depende de decirlo, de probarlo. Y acaso uno de los mejores caminos de decirlo y de probarlo sea éste: el de un micrófono que tengamos al frente todos los días, como posibilidad de guiar a la sociedad, pero también de ganarnos la vida de una manera honrada y útil.

Hace poco yo traté de plantear el problema del cliché y de la repetición de cosas sin detenerse a pensar en ellas. El "coco" del venezolano ahora es la explosión social y es una de las armas más usadas por el Presidente. "Déjenme quieto porque si no, aquí va a haber una explosión social", "no se preocupen que yo al 'coco' lo controlo". El "coco" es la explosión social. ¿Cuál explosión social? ¿El Caracazo? Detengámonos un momento en el Caracazo. La única posibilidad de entender el Caracazo es la siguiente: aumentó el precio de la gasolina, mínimamente. El Presidente de la República obtuvo un arrollador triunfo electoral; Carlos Andrés Pérez no ganó por 33.000 votos como ganó Rafael Caldera la primera vez, eso fue una soberana paliza. Y gozaba de la bendición de la sociedad venezolana, que votó mayoritariamente por él. ¿Cómo cabe pensar que en tan poco tiempo y con un aumento mínimo de la gasolina pudiera haber una explosión social? No cabe en la cabeza de nadie; luego, no hubo explosión social. En la historia y en las sociedades funciona lo fortuito, no todo tiene que ser deliberado y planeado como, por ejemplo, la muerte. Así como le pasa al organismo, le pasa a la sociedad. Un terremoto cambia todo, una inundación barre un estado y eso no estuvo en los planes. Entonces, pudiera pensarse sensatamente que no estuvo en los planes de nadie levantarse colectivamente contra una medida aislada que pretendía remediarse. Quizá hubo una falla de publicidad evidente, el presidente Pérez, confiando en su liderazgo, asumiendo el rol de Dios de la democracia, pensaba que lo que él iba a hacer, iba a aceptarse por la sociedad que lo aclamó y que lo acababa de coronar en el Teatro Teresa Carreño. Quizá esa percepción distorsionada de

Pérez influyó a la hora de tomar consejos como el que le daban, que no solamente se lo dieron, desde luego, los señores de la Cámara de la Radio, sino los miembros del Consejo de Ministros. "Presidente, antes de la medida, vamos a venderla... ". No, no lo hizo, Dios no tiene el problema de equivocarse.

La otra es que hubo una coincidencia: había una manifestación de evangélicos en Guatire, había una protesta de un liceo y una pequeña escaramuza alrededor de la parada de taxis o de autobuses que sí estaban protestando por la medida mínimamente. Todo eso se junta y se prende la candela, frente a la cual ni el Presidente, ni el Alto Mando... Al ministro le dio un soponcio como le hubiera dado a Hitler, jamás se esperó que esa cuestión ocurriera. Entonces pasó lo que pasó. Ahora, ¿lo que pasó se puede considerar como una explosión social?, ¿qué venezolano atacó a qué venezolano? El presidente Pérez hace la primera distorsión cuando dice "esta es una guerra de ricos contra pobres". Falso. No fue una guerra ni una escaramuza entre semejantes, entre prójimos. Aquí se asaltó, aquí lo que hubo fue pillaje, ataque a la propiedad privada y no a todo tipo de propiedad, sólo aquella que estaba a mano. No se metieron al Country Club, no se metieron a las grandes urbanizaciones de la ciudad. No fue una guerra ni una explosión social, fue un pillaje contra la propiedad privada, contra los abastos de los portugueses y de los chinos, y contra algunas grandes cadenas de mercados que estaban a mano, en lugares focalizados de la ciudad. Lo que pasó es que comenzó a desatarse una guerra de rumores que provoca una cantidad de elementos que nos descubrieron que estamos muy cerca del purgatorio. Ese es el segundo aviso. Este proyecto va al precipicio, tal como estamos viviendo, eso es lo que nos dice el viernes negro.

¿Qué sale a flote? Primero, que no somos la sociedad estelar de América Latina, sino que nos parecemos mucho a Guatemala, a Ecuador, a Haití, y que hay miedo y que hay que hacer cola para conseguir comida. Entonces, nos acercamos más a las vivencias continentales, cosa que no había pasado antes. Venezuela, que tenía dos elementos excepcionales, el dios Bolívar y el dios petróleo, cosa que no tiene nadie en América Latina, era una sociedad única, insólita y distinta. Entonces, el Caracazo te dice: "Te parecés mucho a Guatemala, te parecés mucho a Colombia, ojo pelao con Ecuador". Eso tiene que conmové. Otra cosa que brota, y que la

sociedad venezolana ha negado y que se regodea en negarlo, es la xenofobia, los odios nacionales, "cuidado que los colombianos nos van a invadir" desde los barrios pobres, y los ecuatorianos y los haitianos... Mentira, absolutamente falso. Pero todas las pasiones escondidas y controladas brotan en esos días de pavor para que la cosa se vaya... Entonces se convierte en herramienta de control social: "O me dejan hacer o viene el Caracazo", o viene la explosión social. Claro, yo escojo a los militares; evidentemente, entre la peste y el cólera, yo me quedo con el cólera.

Pero nos están metiendo gato por liebre, porque en Venezuela no hubo ninguna explosión social en el siglo XX; si se exceptúa, quizá, el comienzo de la revolución del 18 de octubre, no ha habido las grandes conmociones de blanco contra negro, de rico contra pobre que pudieron determinar a la sociedad venezolana en alguna parte del siglo XIX, y no en toda la parte, quizá después de 1830. El siglo XX ha sido un siglo, después de la batalla de Ciudad Bolívar, después de 1904, 1905, un siglo de paz y de tranquilidad. Y después, qué es lo que hay que reivindicar: después de 1958, un siglo de civilización democrática, donde hemos convivido sin ningún tipo de problemas adecos, copeyanos, gomecistas, perezjime-nistas, guerrilleros. Todos aceptando las reglas del juego democrático hasta que llegó el comandante y mandó a parar.

INDICE

Prólogo. ¿Qué dijo la Radio?	5
<i>PARTE I. Protagonistas de ayer y de hoy</i>	
Cecilia Martínez. La muchacha de la película	11
Laureano Márquez. La vida es una carcajada	20
Iván Loscher. La música como información	31
Héctor Monteverde. El gran galán	39
César Pinto. Todo tiempo pasado fue mejor	43
Tirso Pérez León. El gran libretista	51
Abelardo Raidi. Un hombre del béisbol	54
Arturo Uslar Pietri. El método de enseñar a quien no sabe	61
Carlos Tovar Bracho. El narrador deportivo	67
Luis Chataing y Erika de la Vega. Los animadores juveniles	74
Rafael Sylva. Veinticinco años de suspenso	88
Eli Bravo. El retorno de la radio juvenil	93
<i>PARTE II. Breve historia de la radio</i>	
Oswaldo Yepes. Breve historia de la radio en Venezuela	102
Evolución de la radio	111
<i>PARTE III. Claves sobre el negocio de la radio</i>	
René Estévez. El zar de la radio	125
Julián Isaac. Las noticias, un nuevo nicho de mercado	128
Nelson Belfort. La tecnología del presente y el futuro	137
Charles Arapé. La producción de emisoras musicales	149
Lizbeth Corbo. La organización de la radio	153
Elías Pino Iturrieta. Ética de los medios	169

**Este Libro se terminó de imprimir
En los Talleres de
Publicidad Gráficas León S.R.L.
En el mes de Agosto de 2002
Tel.: (58-212) 575.0198 - 571.6524**



La historia contada por sus propios protagonistas siempre ofrece una visión más cercana y humana de los acontecimientos. Y ese es el gran valor de *Estamos en el aire*, un libro que reúne las conferencias dictadas en la Cátedra de Radio por personajes vinculados a este medio en Venezuela. Cecilia Martínez, Abelardo Raidi, Arturo Uslar Pietri, Rafael Sylva, Carlos Tovar Bracho, Eli Bravo, Luis Chataing y Erika de la Vega, entre otros, ofrecen sus valiosos testimonios con el espíritu cordial de quien narra el cuento de su vida. La Cátedra de Radio Oswaldo Yepes es una institución sin fines de lucro fundada en 1995 dedicada a explorar temas tan diversos como el fenómeno de las emisoras juveniles, el uso del humor, el periodismo deportivo, la importancia de la radio como medio de comunicación y participación ciudadana, así como conceptos de gerencia, producción y tecnología. A las charlas han asistido hasta la fecha más de 500 estudiantes de comunicación social, publicidad y mercadeo, gracias al auspicio de la Fundación Museo de la Radio, la Universidad Nacional Abierta y Radio Kys Fm 101.5.



Colección Quirón

Recordando al sabio centauro maestro de Aquiles, héroe de la guerra de Troya, esta colección publicará libros destinados a publicar el conocimiento entre un público general.

ISBN 980388040-3



9 789803 880408



ISBN 980-388-040-3
LF 54520028002029

CATEDRA DE RADIO
Oswaldo Yepes

