

***ALUNIZANDO: EL MAGAZINE DE LOS SESENTA HOY***  
UNA APUESTA POR UNA RADIO CON MAGIA

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO  
ESCUELA DE CIENCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PERIODISMO Y OPINIÓN PÚBLICA



***ALUNIZANDO: EL MAGAZINE DE LOS SESENTA HOY***  
UNA APUESTA POR UNA RADIO CON MAGIA

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE  
**PROFESIONAL EN PERIODISMO Y OPINIÓN PÚBLICA**

PRESENTADO POR  
**LAURA VICTORIA BOLAÑO PÉREZ - RUTH NATALIA PACHÓN TOVAR**

DIRECTOR  
**PEDRO PABLO RUIZ LOMBANA**

SEMESTRE I, 2011

## AGRADECIMIENTOS

---

Bueno. Después de casi un año y medio planeando y haciendo este programa de radio, ¡lo logramos! Gracias a Dios tuvimos inspiración para realizarlo. La ardua tarea de hacer *Alunizando*, o mejor, el intento de hacer una radio que merezca llamarse decente no fue fácil. El trabajo se hubiera complicado más sin haber contando con el apoyo infinito de nuestros padres y hermanos (Jorge, Ruth y Valentina, y Álvaro, Lydda y Juan). Los amamos. Saben que sin su esfuerzo no estaríamos aquí, ni en ningún lado. A nuestros chicos (Diego “Didi” y Sebastián “Chevy”), quienes soportaron nuestra dedicación, angustias, malestares y buenos momentos derivados de este trabajo de grado. De igual modo, le damos gracias a Kant y a Jazz por acompañarnos en las largas jornadas de producción.

Además, le agradecemos con todo el corazón a las eminencias de la radio que nos ayudaron en la realización de las secciones de *Alunizando* con su maravillosa voz: a Jorge Antonio Vega (y a toda la ACL), Alberto Cepeda, Santiago Munévar, Jota Mario Valencia, Juan de Jesús Castaño, Alieta Montero y Lucero Gómez. También le agradecemos a Jorge Avendaño, quien nos auxilió en ubicar a los duros de la radio; a Catalina y a Karen de RCN Televisión y a Carlitos Muñoz, cuya guía fue vital para este proyecto.

Asimismo, no podemos desconocer la ayuda de los jóvenes periodistas y comunicadores que también nos prestaron su voz y de quienes abusamos una y otra vez (gracias, de verdad, muchachos): Sergio Valenzuela (Trigal), Luis Carlos Ávila, Sebastián Aristizábal, Sebastián Sarmiento y Sebastián Quiroga y, por supuesto, a los chicos de *Plaza Capital*: Germán, Karina, Alejandra, Sabina, Camila, Nathalia, Claudia y César. Son lo máximo.

Por supuesto, gracias a Pedro Pablo Ruiz Lombana, quien nos enseñó a amar (y odiar) a la radio y comprender la complejidad de hacerla como debe ser. A Ángela Botero Cabral, gracias por donarnos su tiempo para este proyecto.

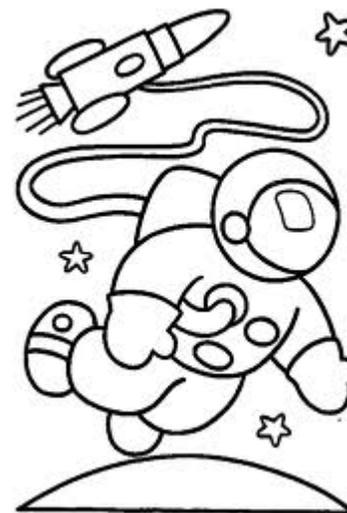
A la década de los sesenta, a sus personajes y a su radio llena de magia. A todos los que en alguna medida nos aportaron con sus ideas, sugerencias y críticas en la realización de *Alunizando*. Gracias a Ruth Natalia y a Laura Victoria, quienes se tuvieron la una a la otra todo el tiempo para llevar a cabo esta empresa. Gracias desde luego a usted lector y radioescucha, quien es, en últimas, la razón de ser de este producto. Y a Sergio Álvarez... por ser él.

## ÍNDICE

---

Introducción.....	5
I. Los malos magos.....	10
II. Fundamentos de <i>Alunizando</i> .....	17
III. ¿Una radio dorada?.....	25
IV. “Clock, clock”. Relojos de <i>Alunizando</i> .....	31
V. Magos y aprendices de brujo. Perfiles de los locutores y personajes de <i>Alunizando</i> .....	33
VI. Conclusiones.....	38
Bibliografía.....	41
Anexos.....	43
a) Entrevistas.....	43
b) Recortes de prensa.....	80

c) Encuestas.....	84
-------------------	----



## **A MANERA DE INTRODUCCIÓN: ¿Por qué *Alunizando*, por qué magazine, por qué para los grandes?**

---

¿Quién sigue escuchando radio en esta época? Ante una atractiva variedad de posibilidades comunicativas, sólo un número reducido de personas se dedican a informarse por medio de la radio. Error. A pesar de que la televisión es el bien de mayor consumo en Colombia (WRadio: julio 29 de 2009)<sup>1</sup>, la radio es un medio de comunicación que se resiste a desaparecer. Si bien una gran parte de la población colombiana encuentra en la televisión su principal fuente de información y entretenimiento, hay un porcentaje importante de personas que consume radio<sup>2</sup>, ¿quiénes son estas personas?

---

<sup>1</sup> De acuerdo con un estudio que la Comisión Nacional de Televisión le solicitó al DANE, en Colombia hay 15.000.331 televisores. De 55.000 hogares encuestados, el 55.4% recibe señal de televisión, es decir, 30.470 hogares, unas 110.800 personas.

<sup>2</sup> Según la encuesta general de medios realizada en el segundo semestre de 2009, de las 16.402.000 personas encuestadas (hombres y mujeres entre 12 y 69 años de estratos 1 al 6 de las principales ciudades del país), el 93.5% ve televisión frente a un 68.7% que consume radio. A medida que la edad avanza, las personas tienden a ver menos programas de entretenimiento e información general y ve más programas de noticias u opinión (CNTV: 2009). Igualmente, la radio tiene cobertura nacional y se calcula que el 98% de la población urbana y el 96% de la población rural posee un receptor de ondas radiofónicas.

De un lado tenemos a la población rural, que no tiene acceso a la televisión, pero sí a la radio<sup>3</sup>. También se encuentran las personas que acompañan sus actividades diarias con la radio – como las amas de casa, los taxistas, los vigilantes, las personas que trabajan en su casa-; los que desean informarse o entretenerse – ya sea por la mañana o por la tarde antes de ir a trabajar o al regresar de la jornada laboral; finalmente, aquellas personas que buscan distensionarse antes de dormir o que no pueden conciliar el sueño. De otro, están las personas que buscan contenidos que la televisión nacional no explota como son los programas de opinión o aquellas que necesitan informarse constantemente y encuentran en la radio el medio de comunicación más veraz y oportuno para lograr este objetivo.

Sin embargo, como afirma Pat Wehner, “en los últimos treinta años, las narrativas predominantes entre los profesionales de los medios han enfatizado los temas de la aceleración en el ritmo de la vida cotidiana, la creciente habilidad y escepticismo de los consumidores de medios y la fragmentación de la sociedad en

---

<sup>3</sup> Según la Oficina de Planeación de la Comisión Nacional de Televisión, en 260 municipios del país 884.594 hogares de no tienen señal de televisión.

enclaves definidos por estilos de vida diversos. Estas narrativas han adquirido mucha de su legitimidad a partir del trabajo de los investigadores de audiencias, cuyos métodos y conclusiones han sido influidos profundamente por las cambiantes nociones de hogar, identidad personal y comunidad” (Wehner: 2002, 3).

No obstante, de todos los tipos de personas mencionados previamente que escuchan radio, muchas forman parte de una generación en la que ésta era la principal fuente de información y de conexión que tenía el individuo con el mundo (Pareja: 1984). Esta generación la comprenden personas que hoy tienen 50 años o más<sup>4</sup>, que aún encuentran en la radio una fuente de entretenimiento e información y, particularmente, de compañía. Es por esto que se genera una gran contradicción entre lo que estas audiencias esperan y lo que los productores radiales les están brindando. Aunque las audiencias se adapten a estos nuevos contenidos o formatos, sienten el vacío y la necesidad de una radio diversa. Este grupo suman aproximadamente 7.007.941

---

<sup>4</sup> Cálculo basado en las fechas en que la radio empezó a funcionar en Colombia (el presidente Miguel Abadía Méndez inauguró la primera radiodifusora del país el 7 de agosto de 1929) y en la que la audiencia radial empezó a movilizarse hacia la televisión debido a su masificación en el país (aproximadamente en 1970).

personas, de acuerdo con el censo nacional de 2005<sup>5</sup>. Aunque esta *generación radial* sigue fiel a su medio de comunicación, busca nuevas propuestas en la radio actual, que rescate la riqueza lingüística y la calidad en la producción de los programas y la variedad de los contenidos de la que se hacía en el pasado<sup>6</sup>.

Uno de los grandes problemas a los que se enfrentan los oyentes con la radio hoy en día es que al encontrar emisoras especializadas en un solo tipo de música o de formatos, la gente cae en la peligrosa práctica de cambiar de dial constantemente, generando así una percepción híbrida de la radio en general. “Los oyentes fragmentan lo que escuchan y luego reconstruyen en base (*sic*) a sus gramáticas de recepción particulares, ésta es la principal característica de las modalidades de recepción en las últimas décadas”. (Macassi: 1992,6).

Las tres emisiones del programa radial *Alunizando* que presentamos son un esfuerzo por revivir estas características de la radio de cuarenta años atrás, la cual, según las personas entrevistadas lograba recrear un mundo mágico, elaborado sólo a

---

<sup>5</sup> Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Libro Censo Nacional 2005. Disponible en digital en: <http://www.dane.gov.co/censo/files/libroCenso2005nacional.pdf>

<sup>6</sup> Para ampliar la información, remitirse a las entrevistas anexadas a este documento.

través del uso del lenguaje radiofónico: la palabra, el silencio, los efectos sonoros y la música, lenguaje que en la actualidad privilegia a la palabra sobre los otros elementos de los que se sustenta la radio. Al escoger a la generación radial como nuestro target primario y motivadas por las necesidades de esta audiencia, nos preguntamos si las cadenas actuales saben qué es lo que ésta le exige a la radio. Por audiencia radial debemos entender no sólo a aquel conjunto de personas que reciben los mensajes mediáticos, pero que los resignifican, decodifican e interpretan a partir de sus contextos sociales, culturales, económicos y educativos (Morley: 1996). Estas personas se enfrentan a un medio de comunicación que es puro sonido: “Un sonido que puede emocionar, estremecer, alterar, confundir, conmover” (Albornoz: 2005,140). Albornoz, quien en su artículo “Los recursos expresivos del mensaje radiofónico” sigue a Miguel Ángel Ortiz, asegura que la radio es un medio que sólo se vale del sonido como soporte comunicativo y, por lo tanto, hace uso de las peculiaridades del lenguaje verbal y de todas las posibilidades expresivas que se derivan de éste (Albornoz: 2005). Así las cosas, el lenguaje radial no es un mero lenguaje verbal; es un sistema constituido a partir de todos los sistemas expresivos de la palabra,

la música y los efectos sonoros, tal y cómo lo señalamos previamente (Balsebre: 1996, 24).

El mensaje radial, con las características ya descritas, debe elaborarse teniendo en cuenta al sujeto a quien va dirigido, pues, de lo contrario, no tendría sentido. ¿Para qué hacer un poema que nadie va a leer? ¿Para qué hacer un programa que nadie va a mirar? ¿Para qué hacer una radio que nadie quiere escuchar?

Es clave entonces tener en cuenta que “si su emisora satisface las expectativas de los oyentes, estos se sentirán recompensados al escucharla y se reforzarán comportamientos como los de sintonizar la emisora con mayor frecuencia y durante tiempos más largos. Con la programación especializada, la radio se ha convertido en un medio asociado a estilos de vida. Los oyentes escogen sus emisoras favoritas al menos en parte, porque los refleja en sus gustos, valores e identidades. Son un espejo cultural para ellos, una referencia por medio de la cual se pueden definir y con la cual pueden mantenerse en contacto con los elementos de su cultura”. (Norberg: 1996, 6).

Es así como, previo al desarrollo del programa que tiene en sus manos, realizamos dos tareas fundamentales: la primera, hacer 200 encuestas vía Internet como una forma de aproximarnos a

nuestro target principal<sup>7</sup>. La segunda, realizar entrevistas a personas que pertenecen a esta generación radial para conocer si la radio actual los satisface como consumidores. Entre nuestros entrevistados como entre nuestros encuestados se manifestó una carencia de nuevos contenidos en la radio actual y un clamor por el rescate de los aspectos positivos de la radio de antes<sup>8</sup>. Es a partir de esa información que elaboramos un programa que, en principio, cuenta con la mayor cantidad de géneros radiales, algunos de los cuales ya no tienen tanta vigencia o no son explotados en la radio comercial como es el caso de la crónica y la radionovela. En un segundo momento, elaboramos contenidos que, si bien se remiten a eventos o personajes representativos de los años sesenta, tienen todavía repercusión en nuestro presente. Asimismo, nos asesoramos de algunos de los locutores y actores más representativos de la época dorada de la radio, con el ánimo de transportar al oyente al pasado a través de sus voces.

Un programa como *Alunizando* tendría como principal competencia a los informativos, pues éstos son el tipo de programa que más escucha la población a la que se dirige el

---

<sup>7</sup> Para ampliar este aspecto, remitirse a los anexos de este mismo documento a partir de la página 44.

<sup>8</sup> Para ampliar este aspecto, remitirse a los anexos de este mismo documento a partir de la página 44.

magazine que presentamos. A estos se le suman los magazines nocturnos o *late shows* (de 9 p.m. a 12 a.m. e incluso hasta las 5 a.m.)<sup>9</sup>, los cuales son muy pocos: *Tertulia* de Guillermo Rodríguez emitido por Caracol Radio los domingos a las 9:30 de la noche; *Amanecer W*, emitido por W Radio de domingo a jueves a las 12 a.m.; *Cultura RCN*, emitido por RCN Radio los domingos a las 9:30 de la noche. Estos tres programas tienen en común el acercamiento a la comunidad de oyentes nocturnos, muchos de los cuales desean escuchar historias amenas en un lenguaje claro o temas relacionados con la cultura como la música, el cine o la literatura o, en algunos casos, ser escuchados. Estos oyentes usualmente han sido testigos de la evolución que la radio ha tenido en Colombia, desde la época de su esplendor (entre la década de los cincuenta y los setenta), y buscan programas que mantengan la misma calidad de los que solían escuchar. Son estas personas las que nos motivan a hacer un programa que explote lo más que pueda los recursos expresivos que tiene la radio, que pueden ser empleados en un magazine, como radio-revista que permite incorporar varios géneros periodísticos y no periodísticos en él y que, por lo tanto, puede resultar entretenido para un gran

---

<sup>9</sup> Este es el horario que nos interesa de acuerdo con el target elegido.

público. Esto, sin desconocer que *Alunizando* (que como su nombre lo indica alude al evento más importante de la humanidad en la década de los sesenta) pretende hablarle a la mayor cantidad de personas posible. No olvidemos que la radio es un medio masivo de comunicación y que, como tal, debe ser pluralista y ser accesible para cualquier persona.

Para entender qué aspectos de la que hemos denominado “Radio Dorada” pueden ser útiles para mejorar la radio actual y para saber cómo debemos dirigirnos a la gran audiencia radial debemos preguntarnos ¿a qué se debe que haya pocos programas en la radio comercial con contenidos interesantes para las generaciones radiales? ¿Cómo era la radio cuarenta años atrás? ¿Qué diferencias sustanciales hay entre la radio actual y la de la década de los cincuenta, sesenta y setenta? ¿Qué de la radio de antes podría ser útil para hacer que la radio actual sea más atractiva y, sin embargo, no pierda calidad y profundidad? A estos cuestionamientos se pretende dar respuesta en el siguiente apartado, así como con *Alunizando*.



“No es que la radio haya perdido su magia, sólo que ahora hay malos magos”. Esta oración, que parece resumir el estado actual de la radio colombiana, proviene de Jorge Antonio Vega, actual presidente de la Asociación Colombiana de Locutores y quizá uno de los personajes más representativos del medio radial, “maestro de maestros” como alguna vez lo llamó Julio Sánchez Cristo. Ella sugiere que el desgaste, la facilidad y la pauperización de la radio no se deben a un problema del medio mismo, sino a sus ejecutores, a las personas que están a la cabeza.

El actor colombiano Carlos Muñoz recuerda que la radio, en el pasado, “se hacía de una calidad tal que las producciones eran emitidas por la BBC de Londres para su público en Latinoamérica. Había gran variedad de géneros: concursos, dramatizados, [...] además, los programas de antes empleaba un lenguaje muy pulcro que estaba lejos de la grosería y la vulgaridad que se usa hoy en día en la radio”<sup>10</sup>. El testimonio de Muñoz, quien se formó como actor en la radio, coincide con el de

Adela Ortiz, profesora universitaria: “la radio de antes era muy diversa, presentaba contenidos para todos los públicos, tanto así que la familia se reunía en torno a la radio”<sup>11</sup>.

En efecto, como figura en el libro de Reynaldo Pareja, *La Historia de la Radio en Colombia*, para la segunda mitad del siglo XX, la radio se había convertido en una fuente de cohesión social y cultural; asimismo, cumplía una función educativa (Pareja: 1984). En esta época, los productores y realizadores radiales adaptaban obras de la literatura universal a la radio y las ponían en escena en estudio. Así, aquellos que no tenían acceso a información sobre arte y literatura lo podía hacer por medio de la radio. Pero también la radio de este periodo se distinguía por la variedad de contenidos que presentaba, desde informativos hasta programas de humor, de concurso y dramatizados (Muñoz: 2010). Con el tiempo, la radio se fue especializando y elaborando contenidos dirigidos hacia targets o públicos más concretos. Además, con la llegada de la televisión a Colombia, la radio teatral

---

<sup>10</sup> La entrevista completa disponible en este documento en la página 44.

---

<sup>11</sup> Entrevista realizada el 12 de mayo de 2010. De ésta sólo se extra este fragmento para efectos de este texto.

empezó a desaparecer y los géneros dramáticos emigraron a la televisión, mientras que los informativos comenzaron a adquirir una predominancia en la radio. Esta característica de la radio actual ha agotado a muchos de sus fieles oyentes: “Yo no quiero escuchar todo el tiempo noticias”, se queja un oyente de Caracol Radio en un foro, “yo busco la radio también para entretenerme, que me cuenten cosas novedosas, que me hagan reír, en últimas que me sirva de compañía”<sup>12</sup>.

Cuando Yamid Amat crea *6:00 a.m. 9:00 a.m.*, se genera la radio informativa y en directo. Desde 1977, las mañanas radiales son un espacio exclusivo y esclavo de la producción de información y del consumo de ésta. ¿En qué momento se dio el cambio de la radio como entretenimiento y cultura, a la radio informativa? Años atrás,

La radio se hacía pregrabada. Radio artesanal. Los oyentes todavía estaban en las zonas rurales, la prensa escrita era el eje de la información, la forma de comercialización era el patrocinio de los programas: El reporte Esso, La cabalgata deportiva Gillette, Última hora Coltejer. Las mañanas eran para el humor colombiano, las tardes para las radionovelas y Kalimán, y en la noche estaba la información. [...] Lo importante se pasaba en la noche; la mañana era para repetir (Rincón: 2003, 435-6).

<sup>12</sup> Caracol Radio, foro en *6:00 a.m., hoy por hoy*, mayo de 2009.

Dice Omar Rincón que con Amat, la gente tuvo acceso a la noticia (y a sus autores) como no lo hacía antes. Antes de 1977, la radio estaba llena de “latas pregrabadas” listas a ser emitidas. A partir de *6:00 a.m.*..., las noticias en vivo se convirtieron en centro de las mañanas, a diferencia de los programas de antes que eran de opinión; se volvió participativa con las llamadas de los oyentes; los personajes poderosos se convirtieron en cotidianos; se conoció más del mundo a través de los corresponsales; se reelaboró el concepto del periodista, pues pasó de ser sólo un reportero a una figura de peso (una estrella, si se quiere) en el medio como Jaime Garzón, Alberto Casas Santamaría o María Isabel Rueda (Rincón: 2003, 440-1).

A pesar de estas notorias características y de la importancia que tuvieron (y tienen) los informativos para el periodismo, las personas que consumen este tipo de contenidos se sienten saturadas con tal formato. “La radio actual se ha especializado en emitir noticias las 24 horas”, asegura el actor Carlos Muñoz, “en un país tan convulsionado, uno busca en los medios diversión, algo que lo haga olvidar la cruel realidad que vive a diario”<sup>13</sup>.

<sup>13</sup> Para leer la entrevista completa, remitirse a los anexos de este mismo documento a partir de la página 44.

El reproche sobre la especialización noticiosa de la radio actual va de la mano con la nostalgia de la radio del pasado:

Los cincuenta y sesenta, y parte de los setenta, del pasado siglo XX pueden considerarse como los años dorados de las grandes cadenas, por la variedad y calidad de su programación y los adelantos técnicos de sus emisoras. Años que marcaron, por ejemplo, el apogeo de los grandes programas en vivo —musicales, teatrales, de concurso, de variedades—, irradiados para todo el país desde confortables y concurridos radioteatros. Años que fueron, también, testigos del inicio de la conformación de verdaderos equipos noticiosos, integrados por voces y especialistas de gran profesionalismo que lograron colocar al periodismo radial colombiano entre los mejores de Hispanoamérica. (Stamato: 2005). Estas características de la radio, que parecen contradecir la postura de Rincón, fueron fundamentales para construir la imagen del mundo en Colombia. Según el libro *Impacto económico de las industrias culturales de Colombia* elaborado por el Ministerio de Cultura,

[la radio] fue uno de los medios que acompañó los procesos de modernización del país. Es también un medio en el que lo regional ha podido expresarse con mayor vitalidad, especialmente a través de la música y el humor. Años atrás, los colombianos supieron de la diversidad de este país plural, pero profundamente segmentado y centralizado, a través de las ondas de la radio, que transmitía las peripecias de la Vuelta a Colombia o que ponía en circulación las diferentes músicas, de la Costa, del Valle, del altiplano o del Pacífico (MinCultura: 2005, 169).

Si decimos que la radio hace cuarenta o treinta años sobresalía por la calidad de su programación y la formación de los encargados de

hacerla, ¿qué ocurrió para que sus dinámicas se transformaran?

La especialización de la radio, que catalizó la creación del formato *6:00 a.m...*, fue también el resultado de la migración de los géneros dramáticos a la televisión. Además, su evolución estuvo ligada al desarrollo económico del país, lo que condujo a la creación de cadenas radiales de índole comercial ligadas a los intereses de los pautantes. Esta radio comercial, que es la que sobresale en la actualidad, dispone de una mayor tecnología para sus realizaciones, lo que no ha ocurrido con la cultural<sup>14</sup>. La radio, ya en los años ochenta, se ve afectada por la mediocridad y la mayoría de emisoras comienzan a transmitir programas musicales u otros tantos que obedecen a un formato en el que

equipos de parlanchines que, en medio de un desorden general, de voces disonantes que se interrumpen una y otra vez, durante horas se ocupan de una enorme variedad de temas, de concursos o de llamadas de oyentes absolutamente intrascendentes e inútiles, de boberías sin fin, en ocasiones utilizando un lenguaje chabacano, acompañados por la transmisión de cuñas publicitarias, directas o

---

<sup>14</sup> De acuerdo con el Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR) de 2010, se puede afirmar que las emisoras con mayor número de oyentes en Bogotá son *Candela Estéreo* (680.700), *Radioactiva* (588.700), *Caracol Radio FM* (528.000), *La Mega* (463.300) y *Tropicana Estéreo* (442.900). Mientras que el EGM (Estudio General de Medios) indica que *Candela Estéreo* (632.800 oyentes), *Oxígeno* (565.100), *Vibra Bogotá* (437.300), *Radioactiva* (425.300) y *Tropicana Estéreo* (402.100) son las emisoras más escuchadas en la capital colombiana. Esto muestra que las emisoras que más se escuchan en Bogotá son especializadas – en particular en un solo género musical, con excepción de *Radioactiva*–.

indirectas, subliminales o descaradas, de pócimas milagrosas, medicamentos de dudosa eficacia, tratamientos de belleza o variados servicios de charlatanes, especialistas en vivir del cuento” (Stamato: 2005).

Esta definición parece ajustarse a las emisoras más populares en Colombia. Entre ellas encontramos a Candela Estéreo, una de las más escuchadas en Bogotá. La emisora, que pertenece a la compañía Radiópolis –propiedad de William Vinasco Chamorro- asegura su amplia audiencia emitiendo “Sólo éxitos” que comprenden gran variedad de géneros musicales desde el bolero hasta el vallenato. Además, su fórmula “Sinco, sin comerciales”, le indica a los oyentes que la emisora va a emitir sus contenidos sin las fastidiosas interrupciones de la pauta publicitaria. Promesa que no se cumple, puesto que la emisora, desde luego, emite comerciales (por supuesto, necesarios) para su sostenimiento como empresa.

Hasta el momento, *Candela Estéreo* no pasa de ser una emisora de música tropical. No obstante, dentro de su programación son notorios los magazines matutinos y vespertinos que se valen de lo soez y del atropello al oyente para mantener sintonía. En 2008, durante la emisión del programa *Azuquita pa'l café* (que se emite por la mañana de lunes a viernes), uno de los locutores llamó a una ama de casa para notificarle que un familiar

suyo estaba secuestrado. La pantomima formaba parte de una broma que el locutor le estaba haciendo a la angustiada mujer, la cual conoció el objetivo de la llamada cuando el grupo de locutores del programa se alertaron al notar el evidente estado de nerviosismo en que se encontraba<sup>15</sup>.

El evento es útil para evidenciar cuáles pueden ser las herramientas de las que se valen las emisoras actuales para mantener su audiencia. Así las cosas, tenemos dos tipos de emisoras al servicio del oyente: primero, aquellas dedicadas casi exclusivamente a informar (emisoras de programación especializada) y, segundo, las que incorporan mayor cantidad de contenidos en su parrilla como música o magazines de variedades (emisoras de programación mixta)<sup>16</sup>. Las unas son monotemáticas, mientras que las otras son vacuas, insulsas y estridentes<sup>17</sup>.

¿Cuál es la posible causa de este tipo de radio que se hace en la actualidad? Una respuesta tentativa la ofrece Arturo

---

<sup>15</sup> Referencias en el diario El Tiempo y El Mundo, 5 de septiembre de 2008.

<sup>16</sup> Según el más reciente ECAR, la siguiente es la preferencia de los bogotanos respecto a las emisoras informativas: 1) W Radio FM 380.800 oyentes; 2) Caracol FM, 311.300; 3) Caracol AM, 153.900; 4) .La FM, 123.400; 5) .La Cariñosa, 98.700.

<sup>17</sup> En el siguiente apartado ampliaremos las razones por las que la radio actual obedece a dichas características.

Arbeláez: “la transmisión de señal satelital marcó el progreso de la radio comercial que luego se extendió a la radio cultural. Pero este componente tecnológico no pudo superar la falencia que existió y aún existe en la gestión humana por la carencia de inducción, reinducción, capacitación, profesionalización y promoción permanente de los hacedores de radio” y agrega que el “desequilibrio entre tecnología y talento humano no ha permitido mejores aprovechamientos del medio radiofónico”<sup>18</sup>. Esto supone, a todas luces, que el uso de la tecnología no pudo compensar la falta de preparación de los contenidos radiales. Rincón notaba que la tecnología “transformó la radio, porque hubo que traer equipos que permitieran la conversación de varios periodistas en simultáneo y la presencia de llamadas al aire, tecnología que facilitara la conversación en estudio” (Rincón: 2003, 441).

Si bien esta característica, vívida a partir de la creación de los programas informativos tipos *6:00 a.m.*, ha permitido que las personas **que escuchan estos programas** estén en mayor contacto con las fuentes noticiosas y hayan encontrado en la radio una fuente de información y no sólo de entretenimiento, son más

---

<sup>18</sup> Para ampliar información, consultar la entrevista completa en los anexos de este documento a partir de la página 52.

claros los ejemplos de las cadenas radiales cuya programación va en detrimento de la calidad.

Aquí el problema radica en que sobre la radio se cierne la presión de elaborar un lenguaje estructurado, un vehículo de la democracia que permita el ejercicio de la ciudadanía. Como decíamos previamente, es a través de la radio que el colombiano se ayuda para elaborar sus imágenes de mundo, su realidad, su imaginario. Benjamín Fernández, en su artículo “La radio: entre los habitantes y los ciudadanos”, nota cómo la radio se resiste a la precariedad del lenguaje, producido por *visualización*<sup>19</sup> del ser humano contemporáneo, e “intenta cohesionar y vincular temas y personajes con los que el ciudadano interactúa y construye comunidad” (Fernández Bogado: 2009, 64). Este objetivo entra en conflicto con el *rating*, los pautantes, la disminución de los niveles de calidad de los programas, la vulgaridad y lo irrelevante. Mas,

[...]en medio de esta situación complicada –por utilizar un término cortés hay emisoras que siguen buscando la información oportuna y buscan contarla de manera que el ciudadano se haga poder y que con ello produzca mejores condiciones de vida a través de una participación más seria, informada y responsable.

---

<sup>19</sup> Digamos, como la incapacidad de expresar oralmente la cotidianidad y el refugio en la imagen, en lo visual.

[...]El verdadero poder de los medios es la recuperación del lenguaje para la sociedad y que ella haga suya de nuevo el verbo que construye imaginarios colectivos donde el desarrollo (ser más, no tener más), tenga un verdadero sentido revolucionario, de cambio y de compromisos hacia el futuro. Es el tiempo de reclamar a los comunicadores radiofónicos no solo un mejor uso del lenguaje sino el renacer de formatos periodísticos que permitan comprender cuestiones complejas y dinámicas como las que vivimos de manera sencilla y aplica, como reclaman nuestras audiencias tan distintas y variadas. (Fernández: 2009, 65-6).

Situación que manifestaron las personas que entrevistamos para efectos de la realización de *Alunizando*. Para mantener vigente al medio es necesario hacer esfuerzos en cuestiones de realización y creatividad<sup>20</sup>. Sin novedad, sin elaboración, las audiencias no tendrán mejor remedio que migrar a la televisión o a la Internet, donde pueden acceder a contenidos específicos ajustados a sus exigencias. Ello conducirá a la reducción de la pauta y, por ende, al recorte del personal que se encarga de la radio. No es de extrañarse que una de las razones por las que la calidad de los programas radiales ha disminuido es que, para reducir gastos, se prefiere contratar periodistas principiantes –muchas veces practicantes- que se encarguen de múltiples tareas a la vez y que

---

<sup>20</sup> No hay que desconocer el hecho que existen muchas personas que consumen la radio actual, como lo hemos referido en pies de páginas previos. Lo que cabe preguntarse es si tal consumo se debe a que ésta es la única alternativa radial que ofrecen las emisoras.

puedan elaborar informativos o magazines más o menos decentes<sup>21</sup>.

Para Sergio Campos,

[h]oy más que nunca se necesita un espíritu visionario que sepa darle conducción a la radio con programas atractivos en contenido y forma. Ambas cuestiones son fundamentales para el éxito de una radioemisora. Los contenidos deben estar acordes con los intereses y motivaciones de nuestro público objetivo y debemos tener claro cuál es nuestro nicho de audiencia: por grupo socioeconómico, por grupos específicos y por género (Campos: 2009, 110).

Contenido y forma acorde con el público objetivo es el hilo conductor de *Alunizando*. A partir de esta exigencia, planeamos un programa que pretender informar y entretener a nuestra población objetivo –en especial personas de 50 años en

---

<sup>21</sup> Consultar el proyecto de ley del congresista Carlos Amaya, con el que “se pretende entonces que se reconozca que existe una relación de solidaridad entre la entidad vinculante y el estudiante. No pretende el proyecto de ley convertir las pasantías en un contrato de aprendizaje o de trabajo, y modificar la legislación laboral del país, se busca un reconocimiento mínimo (UNA GARANTÍA) que permita al estudiante subsanar sus gastos básicos en el que incurrirá en desarrollo de la pasantía (desplazamiento, manutención, hospedajes entre otros), también se busca la posibilidad que por el término de la pasantía el estudiante acceda al sistema de seguridad social y que además obtenga una certificación laboral que le reconozca la labor desempeñada. Algunas empresas y entidades públicas utilizan el pago de la pasantía como un estímulo o incentivo para el estudiante, bien por ellas ahora queremos que eso se vuelva una garantía mínima, no para unos pocos, sino para todos aquellos que sean recibidos por una entidad pública o privada, en calidad de pasantes; no dice bien de un estado social de derecho que se escuchen expresiones como “trabaje gratis para adquirir experiencia”.

adelante-. Como no podemos competir con las grandes cadenas radiales que hacen informativos, *Alunizando* busca hacer uso de la información, recursos y géneros que han sido olvidados en la radio comercial y cultural actual. De igual forma, tiene la doble función de entretener y educar, con el objetivo de no sólo seducir al público al que apuntamos, sino también a targets secundarios que disfrutarían de los contenidos desarrollados en el programa. “Un programa así”, sostiene Jorge Cortés, sociólogo, historiador y fiel oyente del programa de Caracol Radio 6 A.M., “sería muy bueno porque lo haría a uno recordar no sólo cómo

eran los programas de antes, sino que reviven los imaginarios que tenía la gente en esa época”. En consecuencia con este testimonio, nuestro programa pretende reconstruir los hechos históricos, las costumbres y las producciones artísticas del momento con el fin de recrear –en la medida de las posibilidades tanto la forma como el contenido de la radio del ayer con la ayuda de la tecnología que disponemos actualmente. *Alunizando* retoma las mejores cualidades de la radio de oro para mantenerlas vigentes. En el siguiente capítulo, ahondaremos en la producción de este magazine.

## FUNDAMENTOS DE *ALUNIZANDO*

---

Acorde con el producto radial que elaboramos, presentamos la información básica del programa: objetivos (general y específicos), sinopsis, género, géneros periodísticos usados en el programa, grupo objetivo, horario de emisión.

### OBJETIVOS

#### ***Objetivo general:***

Informar, entretener y educar al público objetivo por medio de un magazine radial que rescate las cualidades de la radio de los años sesenta y setenta en Colombia (cuidado del lenguaje, utilización de diferentes géneros radiales, preparación de contenidos) y las de la radio actual (aprovechamiento de la tecnología, interactividad con el oyente).

#### ***Objetivos específicos:***

1. Realizar una investigación histórica y periodística sobre los personajes y acontecimientos más relevantes de la época en cuestión (segunda mitad de la década del sesenta).
2. Identificar el motivo por el que no hay muchos programas en la radio comercial con contenidos interesantes para las

generaciones radiales.

3. Establecer si las audiencias aceptarían un programa de radio que evocara la época en cuestión y si encuentran en él una alternativa de contenidos.
4. Producir una crónica, un reportaje, un dramatizado y una entrevista en los que se haga uso de los elementos del lenguaje radiofónico de forma afín a la época, así como diversos géneros tanto periodísticos como de ficción (dramatizados).
5. Lograr transportar al oyente a la *época de oro* de la radio en Colombia.

### SINOPSIS

*Alunizando, el magazine de los sesenta boy*, es una máquina del tiempo que pretende transportar al oyente a la época de su infancia y juventud, época de grandes transformaciones tanto para Colombia como para el mundo. Asimismo, busca indicar las causas o las raíces de los fenómenos y procesos que se viven hoy en día en el mundo. No sólo es un programa para los nostálgicos, sino también para aquellas personas interesadas en la historia,

música, hechos y personajes de los sesenta, así como para quienes buscan una alternativa a los programas radiales convencionales.

## GÉNERO

Magazine, conformado por las secciones citadas a continuación:

*Las Noticias:* Es el género por excelencia del periodismo. En ellas se transmiten de forma clara y precisa los sucesos más importantes del momento. Responde a las 5 preguntas básicas: ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿Por qué?

*La Crónica (Narraciones Ordinarias):* Es uno de los géneros periodísticos por excelencia la cual, si bien presenta hechos actuales, también puede presentar hechos pasados presentados de forma actualizada. La crónica comunica informaciones valorativas de hechos actuales o actualizados de manera cronológica. En nuestro programa incluiremos la crónica por la facilidad que ésta da para proveer de actualidad temas pasados como los de la época que nos interesa.

*El Dramatizado (Asesinato a Domicilio):* A pesar de no ser un género propiamente periodístico es empleado para enriquecer los mensajes que se transmiten a través de la crónica. El dramatizado

es particularmente importante para volver más atractivo el producto radial informativo.

*El Reportaje (Indagando):* Es un género periodístico que revela una profunda investigación. Este género es el que nos permitirá evidenciar de manera más profunda la respuesta a la pregunta: ¿cuál es la razón por la que no hay muchos programas en la radio comercial con contenidos interesantes para las generaciones radiales. Al ser el reportaje un género que puede tomar elementos de otros como la crónica, el análisis o la entrevista, nos provee de la flexibilidad suficiente para presentar un hecho desde sus causas y consecuencias y, por tal motivo, es necesario incluirlo en nuestro programa piloto.

*El perfil biográfico (Perfiles y Personajes):* Es un género periodístico mediante el cual se profundiza en aspectos personales de personajes públicos e importantes de la historia. Por medio de fuentes testimoniales cercanas al individuo, se construye su vida y se plasman tanto los aspectos más bellos como los más difíciles, es una forma de humanizar y acercar a las grandes figuras públicas a los oyentes.

*La Agenda (Agenda Retro):* A pesar de no ser un género propiamente periodístico, es usada para enriquecer el contenido de los magazines radiales mostrándole o dándole a conocer las diferentes actividades culturales de las que puede participar.

*Las cuñas:* Son breves espacios publicitarios que se incluyen en un programa de radio. Las cuñas de *Alunizando* son un producto 100% original y fueron pensadas con una sola función: evocar la forma en la que se promocionaban los distintos productos de la década de los sesenta.

#### GRUPO OBJETIVO

El target primario de *Alunizando* son hombres y mujeres de 21 a 55 años con educación superior o estudios posteriores a la secundaria, que busquen formatos novedosos y contenidos que eduquen e informen. El target secundario es un público más amplio (de 55 a 75 años) que encuentre en el programa piloto que proponemos una alternativa informativa en la radio.

#### HORARIO DE EMISIÓN

Teniendo en cuenta nuestro público objetivo y como no podemos competir con las grandes cadenas establecidas como Caracol,

RCN, Todelar o Radiópolis, tenemos que ofrecerle a nuestros oyentes un formato novedoso que explote aquellos géneros periodísticos y no periodísticos que han sido olvidados a causa de lo dispendioso o costoso que pueden llegar a ser su realización. Es por eso que *Alunizando* le apuesta a un programa extenso, pero no por ello aburrido que podría escucharse una vez por semana (miércoles o jueves) en el horario de las 6 de la tarde, momento en que las personas están de vuelta de sus trabajos, o ya se encuentran en casa realizando sus labores, en suma, un momento en el que pueden dedicarle tiempo a la radio.

Es necesario hacer la siguiente aclaración: tras realizar *Alunizando* nos dimos cuenta que el formato es costoso, debido a que exige un gran equipo de trabajo técnico y periodístico comprometido, así como locutores experimentados, que empleen un lenguaje pulcro y adecuado para la radio; asimismo, es menester hacer un cambio en las estructuras, los conceptos y las dinámicas de la radio actual concebida desde los realizadores y no desde las audiencias, para que programas como *Alunizando* tengan cabida en la parrilla de programación de las emisoras colombianas.

## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

TAREAS POR HACER	Primer Mes	Segundo Mes	Tercer Mes	Cuarto Mes	Quinto Mes	Sexto mes	Séptimo mes	Octavo mes
Preproducción (Sinopsis, género, grupo objetivo, horario de emisión, guión de producción, equipo de trabajo).	x							
Investigación archivos de audio programas radiales de los sesenta.	x							
Selección piezas radiales	x	x						
Entrevistas radioactores		x						
Revisión del avance con el asesor		x						
<b>Producción</b>			x	x	x	x		
Revisión del avance con el asesor (cada avance en la etapa de la producción)			x	x	x	x		
<b>Posproducción</b>							x	x
Revisión del avance con el asesor (cada avance en la etapa de la posproducción)							x	x
Entrega final del piloto								x

### METODOLOGÍA

Como lo mencionamos previamente, elaboramos un programa radial que simula uno de la década de los sesenta. Esto con el fin de aludir a la nostalgia de la mayor audiencia radial. Para ello, buscaremos un número representativo de archivos radiales en las fonotecas de la Radio Nacional de Colombia, de Todelar y de la biblioteca Luis Ángel Arango para entender las características de los productos radiales de los sesenta.

Además, realizamos entrevistas con actores de radio<sup>22</sup> y personas involucradas en el medio, quienes nos contaron acerca del proceso de producción de la radio en ese entonces. Sus testimonios nos permitieron conocer el proceso de grabación de los programas y además entender cómo era el ambiente de trabajo (qué herramientas se tenían para producir). Así, pudimos hacer una fiel simulación de un programa de la época (segunda década de los 60).

Asimismo, nos adherimos fielmente a las herramientas

<sup>22</sup> Estas entrevistas pueden ser consultadas en su totalidad en los anexos, al final del documento. Pág 44.

que ellos usaban en estos años. Aunque hoy en día contamos con consolas y programas de computador que permiten *cortar y pegar* con facilidad segmentos de audio, arreglarlos para que el sonido se mejore y otras cualidades excelentes que ahorran mucho tiempo y dinero en la producción de programas, nos enfocaremos en hacer todo imitando fielmente el proceso de producción y posproducción. Por ende, todos los segmentos del programa se grabaran en vivo y deberán quedar de la mejor manera posible para que no haya que hacerle arreglo alguno. Cabe aclarar que haremos uso de las herramientas y la tecnología actuales pero en menor medida.

Así las cosas, después de haber seguido estos pasos, procedimos a grabar el programa con cada una de las secciones correspondientes. Para ello, hicimos guiones que entregamos a cada uno de los locutores de las secciones para mayor agilidad y fluidez a la hora de grabar las secciones. Los guiones fueron una herramienta que nos permitió también tener un hilo conductor claro y finalmente, consolidamos todo en un reloj de programación que permitió agilizar el proceso de edición y de evaluación del producto final de acuerdo a los parámetros inicialmente establecidos.

Igualmente, hicimos uso de los efectos sonoros que

fueron necesarios en cada una de las secciones. En aquella época, se usaba lo que se conocía como la *caja de los efectos de sonido* ó jocosamente *la caja de murmullos*. Allí, guardaban, como lo menciona Carlos Muñoz, “todos los elementos que nos permitían simular un incendio, una caminata en un camino de piedras o el galope de un caballo, frente al micrófono, era algo maravilloso, increíble, casi mágico”. Nosotras, intentamos evocar esa magia haciendo uso de una suerte de efectos pregrabados para ambientar el programa. Sin embargo, algunos de ellos fueron grabados por nosotras en el estudio.

Después de haber mencionado la metodología utilizada para la producción del programa, es necesario añadir que el equipo de trabajo está conformado por Laura Bolaño y Natalia Pachón y se complementa con las voces de los locutores invitados o las llamadas de los oyentes. Además, se musicalizó el programa de tal forma que la música corresponda a la época de la que estamos hablando. Todo pretende situar al oyente en un momento espacio-temporal específico que le permita tener una experiencia real sobre ese momento.

A continuación, listaremos las pistas musicales usadas en

*Alunizando, el magazine de los sesenta boy*<sup>23</sup>:

- “Desafinado”. Álbum: Jazz Samba (1962). Intérprete: Stan Getz & Charlie Byrd.
- “California Dreaming”. Álbum: If you can believe your eyes and ears (1965). Intérprete: The Mamas & The Papas.
- “Turn! Turn! Turn!”. Álbum: Turn! Turn! Turn! (1965). Intérprete: The Byrds.
- “La casa del sol naciente”. Álbum: La casa del sol naciente (1965). Intérprete: The Speakers.
- “Quiero llenarme de ti”. Álbum: Quiero llenarme de ti (1968). Intérprete: Sandro.
- “Avez vous entendu”. Álbum: Des rires et des fleurs (1969). Intérprete: Echo Lali.
- “J'ai un chien”. Álbum: Des rires et des fleurs (1969). Intérprete: Echo Lali.
- “Quand revient l'ete”. Álbum: Des rires et des fleurs (1969). Intérprete: Echo Lali.
- “Le potager de gp”. Álbum: Des rires et des fleurs (1969). Intérprete: Echo Lali.
- “Mon ombre”. Álbum: Des rires et des fleurs (1969). Intérprete: Echo

- Lali.
- “Hirondelle”. Álbum: Des rires et des fleurs (1969). Intérprete: Echo Lali.
- “En sortant de l'ecole”. Álbum: Des rires et des fleurs (1969). Intérprete: Echo Lali.
- “Le quizz des bruits”. Álbum: Des rires et des fleurs (1969). Intérprete: Echo Lali.
- “La correction”. Álbum: Des rires et des fleurs (1969). Intérprete: Echo Lali.
- “Le demon de la danse”. Álbum: Des rires et des fleurs (1969). Intérprete: Echo Lali.
- “Un p'tit bebe a la maison”. Álbum: Des rires et des fleurs (1969). Intérprete: Echo Lali.
- “Une fleur”. Álbum: Des rires et des fleurs (1969). Intérprete: Echo Lali.
- “Dreaming”. Álbum: Instrumental (1970). Intérprete: Mike Trimens.
- “Fresa Salvaje”. Álbum: Sólo un Hombre (1972). Intérprete: Camilo Sesto.
- “Cali Pachanguero”. Álbum: No hay quinto malo (1984). Intérprete: Grupo Niche.
- “La Bamba”. Álbum: Los Yetis (1966). Intérprete: Los Yetis.
- “Don't stop til' you get enough”. Álbum: Off the Wall (1979). Intérprete: Michael Jackson.
- “Somebody to love”. Álbum: Surrealistic Pillow (1967). Intérprete:

---

<sup>23</sup> Se deja constancia que el uso de estas pistas y demás reproducciones musicales y sonoras tienen un fin *únicamente* académico.

- Jefferson Airplane.
- “Cherry, Cherry”. Álbum: Tuercas, tornillos y alicates (1966). Intérprete: Los Speakers.
- “Black is Black”. Álbum: Los Yetis (1966). Intérprete: Los Yetis.
- “Lucy in the sky with diamonds”. Álbum: Revolver (1966). Intérprete: The Beatles.
- “She’s a lady”. Álbum: Greatest Hits 1973. Intérprete: Tom Jones.
- “Una flor para mascar”. Álbum: Una flor para mascar (1966). Intérprete: Pablus Gallinazus.
- “United nations”. Álbum: On verra plus tard (1979). Intérprete: Drunksouls.
- “Derniere cigarette”. Álbum: On verra plus tard (1979). Intérprete: Drunksouls.
- “El Cacique y la cautiva”. Álbum: 13 años de éxitos. Intérprete: Oscar Golden.
- “Boca de Chicle”. Álbum: 13 años de éxitos. Intérprete: Oscar Golden.
- “Zapatos pom, pom”. Álbum: 13 años de éxitos. Intérprete: Oscar Golden.
- “La culpa fue de esa muchacha”. Álbum: 13 años de éxitos. Intérprete: Oscar Golden.
- “Por qué te vas”. Álbum: 13 años de éxitos. Intérprete: Oscar Golden.
- “Amarte, amarte una vez más”. Álbum: 13 años de éxitos. Intérprete: Oscar Golden.
- “Embriágame”. Álbum: 13 años de éxitos. Intérprete: Oscar Golden.
- “Amante latino”. Álbum: 13 años de éxitos. Intérprete: Oscar Golden.
- “A mi manera”. Álbum: Fontana (1969). Intérprete: Raphael.
- “Apágame la vela”. Álbum: Los Melódicos – Grandes Éxitos. Volúmen1 (1958). Intérprete: Los Melódicos
- “Cachito”. Álbum: Cole Español and More, Vol. 1. (1958). Intérprete: Nat King Cole
- “María Elena”. Álbum: Cole Español and More, Vol. 1. (1958). Intérprete: Nat King Cole.
- “Usted”. Álbum: Dos amigos (2002). Intérprete: Johnny Ventura.
- “El Merecumbé”. Álbum: Los Melódicos – Grandes Éxitos. Volúmen1 (1958). Intérprete: Los Melódicos
- “Quizás, Quizás, Quizás”. Álbum: Cole Español and More, Vol. 1. (1958). Intérprete: Nat King Cole.
- “Tú crees que es así”. Álbum: Dos amigos (2002). Intérprete: Johnny Ventura.
- “El que pierde una mujer”. Álbum: Dos amigos (2002). Intérprete: Johnny Ventura.
- “Chipi, Chipi”. Álbum: Los Melódicos – Grandes Éxitos. Volúmen1 (1958). Intérprete: Los Melódicos
- “Yo soy aquél”. Álbum: Mis Momentos.(1969). Intérprete: Raphael.

- “Como yo te amo”. Álbum: En Carne Viva (1981). Intérprete: Raphael.
- “En carne viva”, Álbum: En Carne Viva (1981). Intérprete: Raphael.
- “Al final del camino”. Álbum: Dos amigos (2002). Intérprete: Johnny Ventura.
- “Space Oddity”. Álbum: Space Oddity (1969). Intérprete: David Bowie
- “Chua Chua Bógalo”. Álbum: Boogaloos Con EGC (1967). Intérprete: El Gran Combo de Puerto Rico.
- “El Malo”. Álbum: El Malo (1967). Intérprete: Héctor Lavoe.
- “Viva las Vegas”. Álbum: Roustabout (1964). Intérprete: Elvis Presley.
- “Me llevarás en ti”. Compuesta por Jorge Villamil. (1968). Intérprete: Lydda Pérez.
- “Sugar Sugar”. Álbum: Sugar, Sugar (1969). Intérprete: The Archies.
- “Sunshine, lollipops and rainbows”. Álbum: Ski Party (1965). Intérprete: Lesley Gore.
- “Muchacha ojos de papel”. Álbum: Almendra I (1969). Intérprete: Luis Alberto Spinetta.
- “Cruz de luz”. Álbum: Cruz de Luz (1977). Intérprete: Víctor Jara.
- “The elephant never forgets”. Álbum : Moon Índigo (1953). Intérprete: Jean-Jacques Perrey.
- « Tan sola ». Álbum: Mi ofrenda (1969). Intèrprete: Vicky.
- “Hello, Goodbye”. Álbum: Magical Mystery Tour (1967). Intèrprete: The Beatles.
- “Con mi corazón te espero”. Álbum: Con mi corazón te espero (1967). Intérprete: Roberto Ledesma.
- “Touch me”. Álbum: The Soft Parade (1968). Intérprete: The Doors.
- “You really got me”. Album: The Kinks (1964). Intèrprete: The Kinks.
- “Yummy, yummy, yummy”. Álbum: Ohio Express (1968). Intérprete: Ohio Express.
- “La balsa”. Sencillo de Los Gatos (1967). Intérprete: Los Gatos.

Con base en el material recogido, a propósito del problema de investigación que nos ocupa en estas páginas, es decir, **si es posible tomar elementos y características de la radio de antes para hacer que la radio actual sea atractiva y, a su vez, tenga calidad y profundidad**, es posible esbozar la forma en que se ha desarrollado la radio en Colombia, desde su masificación en la década del cincuenta (la época de oro de la radio en Colombia) hasta el presente. Las entrevistas nos ayudan a identificar no sólo cómo ha sido este proceso a partir de sus protagonistas, sino cuáles han los factores que han estimulado dicho proceso. Asimismo, por medio de las entrevistas es posible identificar los cambios en las relaciones radio-audiencia y audiencia-radio a través del tiempo, establecer el cambio de las funciones de la radio desde la perspectiva de los realizadores y determinar los factores externos que causaron algún cambio en el papel de la radio.

Esta información sustenta la hipótesis según la cual la radio tuvo que modificar sus funciones y dinámicas con la llegada de la televisión a Colombia, pues a ella se trasladaron todos los géneros dramáticos que caracterizaban a la radio, haciendo que ésta se

especializara en los contenidos informativos (Arbeláez, Muñoz y Pareja). Asimismo, la radio tiene un inicio comercial y ha tenido cambios dignos de todos los medios de comunicación, a causa del mejoramiento de la tecnología, de la masificación de los medios y de las necesidades de información cada vez más globales. La radio, en sus inicios, toma géneros y formatos provenientes de la literatura y el teatro, así como de la prensa escrita. A medida que la audiencia radial se volvía más formada, los contenidos se especializaron. La evolución de la radio también ha estado determinada por el comportamiento económico del país y ello estimuló la creación de estaciones de radio de corte comercial donde los formatos estuvieron soportados por las ideas de los anunciantes y lo que los productores radiofónicos creyeron que le gustaba a los oyentes. Así las cosas, es posible, en este punto, establecer relaciones entre las entrevistas.

Para los entrevistados, es evidente cómo la radio ha cambiado de lo que solía ser tiempo atrás. El lenguaje, la música, la producción y la función de la radio han sido modificados. De acuerdo con Arturo Arbeláez, “la radio antes (décadas del cincuenta al setenta) servía para enseñar, pues se dirigía a un

público mayoritariamente de origen rural, que encontraban en la radio un medio de formación”<sup>24</sup>. Esto se puede ver a partir de la entrevista a Carlos Muñoz, quien indica cómo las producciones radiales de antes adaptaban piezas de la literatura universal y se elaboraban de manera cuidadosa: “Se hacía una radio de un nivel altísimo, hasta el punto que te cuento, los dramatizados que se grababan en la Radio Nacional los transmitía la BBC de Londres para su servicio latinoamericano, tal era la calidad de lo que se hacía que pues para ser pasado por la BBC.” Pero la calidad de los programas radiales de antes fue degenerándose, a tal punto que la audiencia empezó a perder interés en ellos, así lo piensa Arbeláez: “ahora, en estos momentos, los oyentes te dicen «yo no escucho la radio». [Con desdén] La radio dejó de ser lo que era hace un tiempo o si tú eres una persona más joven entonces dices «mi papá me dijo que la radio no era tan buena como solía ser y ahora es un desastre»”<sup>25</sup>.

Esa función de la radio va de la mano con la responsabilidad social que tienen los medios frente a las audiencias, responsabilidad formativa que subrayan dos de los

---

<sup>24</sup> Para ampliar sobre este punto revisar las entrevistas anexas a este texto a partir de la página 44.

<sup>25</sup> Para ampliar sobre este punto revisar las entrevistas anexas a este texto a partir de la página 52.

entrevistados en su discurso (Muñoz y Arbeláez). ¿Qué estamos enseñando a través de la radio? ¿Qué seres humanos formamos por medio de nuestros contenidos? Son algunas de las preguntas que se plantean estos entrevistados con respecto a la responsabilidad y la autorregulación de los medios de comunicación.

La forma en que se elaboran los contenidos radiales actuales, sean o no escuchados, da cuenta de la manera en que las dinámicas comunicativas han cambiado en los últimos años. Nuestra memoria, así como los textos que consultamos para este ensayo, nos ayudan a recordar un pasado en que la educación era una verdadera preocupación estatal, a tal punto de utilizar los medios de comunicación para masificarla. En un país de mayoría rural, hasta la década de los setenta, la radio era fundamental para combatir el analfabetismo y el subdesarrollo (Vizcaíno: 2005).

Antes, la radio solía basarse en obras literarias y exigía la preparación de actores especializados para interpretarlos. Además, la producción radial era más rústica y manual, diferente a como se hace ahora por medio de *software* especiales. Esta producción, y la manera en que se articulaban los sonidos, las voces y la música eran elementos identificados por los oyentes, así como lo atestiguan los entrevistados. Las radionovelas, formato popular

en la radio de antes, eran ambientadas a través de efectos de sonido producidos por “La Caja de los Murmullos”, tal como la describe Muñoz. Asimismo, la música era grabada muchas veces en vivo o era emitida empleado discos de acetato, los cuales tenían que prepararse de una manera especial para pasar las canciones elegidas. Hoy, la música y los efectos de sonido –que poco se usan en la radio actual- son pregrabados y se mezclan con las voces en un máster que permite hacer un programa de computador.

La radio conserva la función de entretenimiento que otrora tenía, sólo que los formatos han cambiado, pues el género dramático ahora es explotado por los medios audiovisuales y ya no es tan común emplearlo en la radio. Los programas de entretenimiento actuales son más fáciles de realizar, tal como lo indica Arbeláez, e incluyen contenidos variados y ligeros. Programas que muchas veces no satisfacen a los oyentes y que son elaborados por los realizadores con base en lo que presuponen son las necesidades comunicativas de las audiencias. A la par de los programas de entretenimiento, hay programas informativos (noticieros en su mayoría) cuya elaboración parece replicar la de los programas de entretenimiento: se elaboran contenidos sencillos, económicos para las empresas, y las

presentan locutores carismáticos que tienen como función animar o darle mayor credibilidad a la información que se emite.

Manuel Botero, uno de los entrevistados, explica que hoy, la radio, sigue una tendencia mercantilista mediante la cual se explota a las fuentes para conseguir oyentes:

el periodista, utiliza la radio para manipular y para manejar a sus oyentes, eh, orientándolos hacia una forma de pensar o de ver las cosas, aprovechándose de la necesidad de, de las personas que están entrevistando... cuando llegó Yamid Amat a la radio, eh, o cuando yo fui consciente de o empezó a ser famoso, eh, para mí ese periodismo era morboso, atraía pero, a costillas de la persona que estaba al otro lado sufriendo una situación muy complicada... él utilizaba a esas personas y eso ganó mucho, mucha...mucho, muchas, muchos adeptos a la radio... amplió el universo de, de la radio pero a costillas de las necesidades de la gente... eso hizo que, eso formó un cambio<sup>26</sup>.

Amat también es considerado por Muñoz como un factor que contribuyó a la transformación de la radio y al cambio de funciones (de una radio educativa a una informativa y de entretenimiento): “La verdad, aquí entre nos, pienso que la culpa la tiene un hombre que aunque yo lo quiero mucho fue el culpable de la radio como es hoy. Ese hombre es Yamid Amat porque él se inventó que la radio transmitiera noticias las 24 horas del día”. Opinión discutida en el capítulo previo.

---

<sup>26</sup> Esta entrevista no la presentamos en su totalidad, sino sólo este fragmento, pertinente para los efectos de este trabajo.

A pesar de que hay una especialización en los contenidos informativos y que estos son los que consumen los oyentes en su mayor parte, no satisfacen las expectativas de las audiencias, por lo menos desde la perspectiva de quienes entrevistamos. Esto hace que la radio actual tenga como principales características la *especialización* (en productos informativos), *monotematización* (en temas de violencia y resultados policiales) y *descuido del lenguaje* (empleo de maneras coloquiales que a veces rayan en la vulgaridad, según los entrevistados). **Estas características aquí extraídas son tanto el resultado del análisis de contenido de las entrevistas, las cuales coinciden con la descripción que hace Judith Vera (2009) acerca de la radio.**

El descuido del lenguaje es una característica a la que llegaron los entrevistados: “Existe una corriente muy grande de personas que están dedicadas a la radio que les falta cultura y que les falta respetar a las personas, ahm... en cierto modo en la radio... hay personas con una declarada, eh... declarada qué, a ver, cuál es la palabra... ignorancia y falta de cultura y, hay lenguajes muy tontos y con unos tratamientos muy tontos hacia el público, sobre todo los programas de las emisoras, digamos que manejan la música más actual y vigente, ahí se ha pasado a la, a la

chabacanería.”<sup>27</sup> Cabe señalar que hay opiniones encontradas con respecto a este tema; uno de los entrevistados –Gustavo Solano– concuerdan en que hoy se le exige más preparación a los periodistas, puesto que si un oyente nota algún error en lo que dicen los locutores, ellos tienen la potestad para llamar al periodista y corregirlo.

Aun así, el mal uso de las palabras y expresiones en la radio es una muestra de la carencia de contenido que parece abrazar a la radio actual. A diferencia de la radio del pasado, los programas de radio presentan tangencialmente informaciones que la audiencia necesita conocer: “Hoy te dicen que hoy va a haber una crisis económica y tú no piensas «bueno, va a haber una crisis económica, o sea que el año que viene va a ser difícil y vamos a tener que apretarnos los cinturones», pero nunca hay un análisis que diga por qué viene la crisis, cuál es el origen, que la crisis se origina porque hay un problema con los bancos y esos bancos son los que mandan la parada en tal parte, entonces, que te digan por qué, el contexto”, asegura Arbeláez<sup>28</sup>. Dicha carencia de contenidos obedece, en parte, al desconocimiento de lo que quieren escuchar las audiencias. Los realizadores dan por sentado

<sup>27</sup> Entrevista completa a partir de la página 70.

<sup>28</sup> Entrevista completa a partir de la página 52.

que los contenidos que presentan son los que quieren escuchar las audiencias aunque no sea así.

Otro factor que contribuyó a la carencia de contenidos en la radio es la crisis económica de los noventa, que obligó a abaratar los costos de producción en los medios. Como ya no se le podía pagar a especialistas que explicaran los eventos que ocurrían en el mundo, la radio optó por hacer informativos sencillos que perduran hoy, aun cuando la crisis se ha superado. Aquí es donde se corrobora una de las hipótesis de las que parte este trabajo, según la cual el desarrollo de la radio ha ido a la par con el avance o retroceso económico del país (De Mateo, Bérge y Garnatxe: 2010). Mas la crisis económica no ha sido el único factor que ha hecho que la radio haya cambiado desde la segunda mitad del siglo XX. La televisión, según como figura en varias de las entrevistas, fue la que no sólo condujo al traslado de los actores radiales a la televisión, sino que también fue la que hizo que la radio se especializara en los noticieros. La televisión, en virtud de sus posibilidades expresivas, atrapó a gran parte de la audiencia radial, que optó ya no por oír los dramatizados, sino por verlos.

Ahora bien, la radio de antes tenía varias características que se han ido perdiendo a lo largo del tiempo. La Iglesia Católica,

por ejemplo, ya no es una institución que tenga control sobre los contenidos radiales, aunque sí aprovecha actualmente las posibilidades expresivas que da la radio, incluso, la radio por Internet. Pero el control de la radio no sólo provenía de la Iglesia, sino también de los dirigentes y gobernantes que son los dueños de los medios de comunicación, quienes encuentran en dichos medios una empresa para lucrarse. Asimismo, la radio en el pasado, así como el cine, era influido por la cultura mexicana, pues, según Solano, lo que más se escuchaba en los programas musicales de la época en la que era joven era rancheras. En este punto es interesante mencionar cómo Solano empleó la entrevista para desarrollar un discurso politizado respecto a la relación de los medios y la política. Además, este entrevistado nota cómo la tecnología ha posibilitado la difusión de las noticias de manera más rápida y con una mayor penetración, a pesar de que la radio antes podía ser utilizada como un medio de comunicación entre particulares que no podían hacer uso del teléfono o cuando las comunicaciones por esta vía fallaba.

Uno de los temas específicos que se habló en una de las entrevistas es la radio por Internet. La Internet es el lugar que, según la entrevista de Arbeláez, albergará a la radio en su totalidad en el futuro. Hoy hay alrededor de 11.000 radios colombianas por

Internet, muchas de las cuales son empleadas como estrategias comunicativas por comunidades religiosas, educativas y empresariales, en su mayoría. El error en el que incurren muchas de las emisoras abiertas que también hacen radio por Internet, es que retransmiten su contenido al aire, desconociendo la principal de la radio por Internet: la interactividad. Como la audiencia de Internet es más joven, se necesitan contenidos más accesibles y de fácil descarga, posibilidades que a veces no se tienen en las páginas de Internet de las cadenas radiales tradicionales. La interactividad es esencial para acercar más a la audiencia a la radio y crear sentido de pertenencia entre los oyentes y la emisora, sea cual fuere. Pero la interactividad no sólo la provee la Internet, sino que también puede darse en la radio abierta, cuando los locutores salen de sus cabinas y se encuentran con sus oyentes.

Éste es quizá uno de los puntos a favor que tiene la radio actual: la posibilidad de incorporar al oyente en las dinámicas radiales, a través de llamadas, correos electrónicos, chats... Si bien en el pasado, las personas se relacionaban con la radio de forma

especial (como una cohesionadora de la familia, una constructora de la imagen de mundo, una compañera), hoy la audiencia tiene la posibilidad de interpelar a los realizadores de la radio, evaluarlos y corregirlos, a tal punto de obligarlos a mejorar. Es por eso que para elaborar una radio de oro, no sólo es necesario tener presente las mejores características de la radio colombiana del pasado, sino también aquellas que nos pueda proveer la radio actual. No se trata únicamente de juzgar las cadenas radiales de nuestra época, sino de evaluar cuáles son esos puntos que deben modificarse para elaborar una radio pensada en las audiencias, como busca serlo *Alunizando*.

## “CLOCK, CLOCK”. RELOJ DE PROGRAMACIÓN DE *ALUNIZANDO*

---

El reloj de programación que presentamos a continuación es una versión más actualizada del guión tradicional que se emplea en la radio. El reloj, a diferencia del guión, permite tanto producir el programa, pues se sabe con exactitud cuánto tiempo tarda un segmento, como seguir su contenido, debido a que es más fácil ubicar algún fragmento del programa en él.

A continuación, verán el reloj de programación general de *Alunizando*, y los temas a tratar en cada programa. Las secciones están claramente diferenciadas en el reloj.

### PRIMER PROGRAMA:

#### ***Cápsulas Noticiosas:***

Están compuestas por diferentes noticias del “6 de julio” de 1969.

#### ***Agenda Retro***

Está compuesta por varios eventos que ocurrieron el “6 de julio” de 1969.

#### ***Narraciones ordinarias***

Crónica sobre el Frente nacional.

#### ***Perfiles y Personajes***

Perfil biográfico sobre Oscar Golden.

#### ***Indagando***

Reportaje sobre la Asociación Nacional de Usuarios Campesinos (ANUC).

#### ***Promo Radionovela***

Pequeña promoción en la que se invita a los oyentes a escuchar la radionovela “Asesinato a Domicilio”.

### SEGUNDO PROGRAMA:

#### ***Cápsulas Noticiosas:***

Están compuestas por diferentes noticias del “13 de julio” de 1969.

#### ***Agenda Retro***

Está compuesta por varios eventos que ocurrieron el “13 de julio” de 1969.

#### ***Narraciones ordinarias***

Crónica sobre la calle de los hippies.

#### ***Perfiles y Personajes***

Perfil biográfico sobre Martha Traba.

#### ***Indagando***

Reportaje sobre el nacimiento de las guerrillas.

#### ***Promo Radionovela***

Pequeña promoción en la que se invita a los oyentes a escuchar la radionovela “Asesinato a Domicilio”.

### TERCER PROGRAMA

#### ***Cápsulas Noticiosas:***

Están compuestas por diferentes noticias del “20 de julio” de 1969.

#### ***Agenda Retro***

Está compuesta por varios eventos que ocurrieron el “20 de julio” de 1969.

#### ***Narraciones ordinarias***

Crónica sobre la moda en los años sesenta. “La moda no incomoda”

#### ***Perfiles y Personajes***

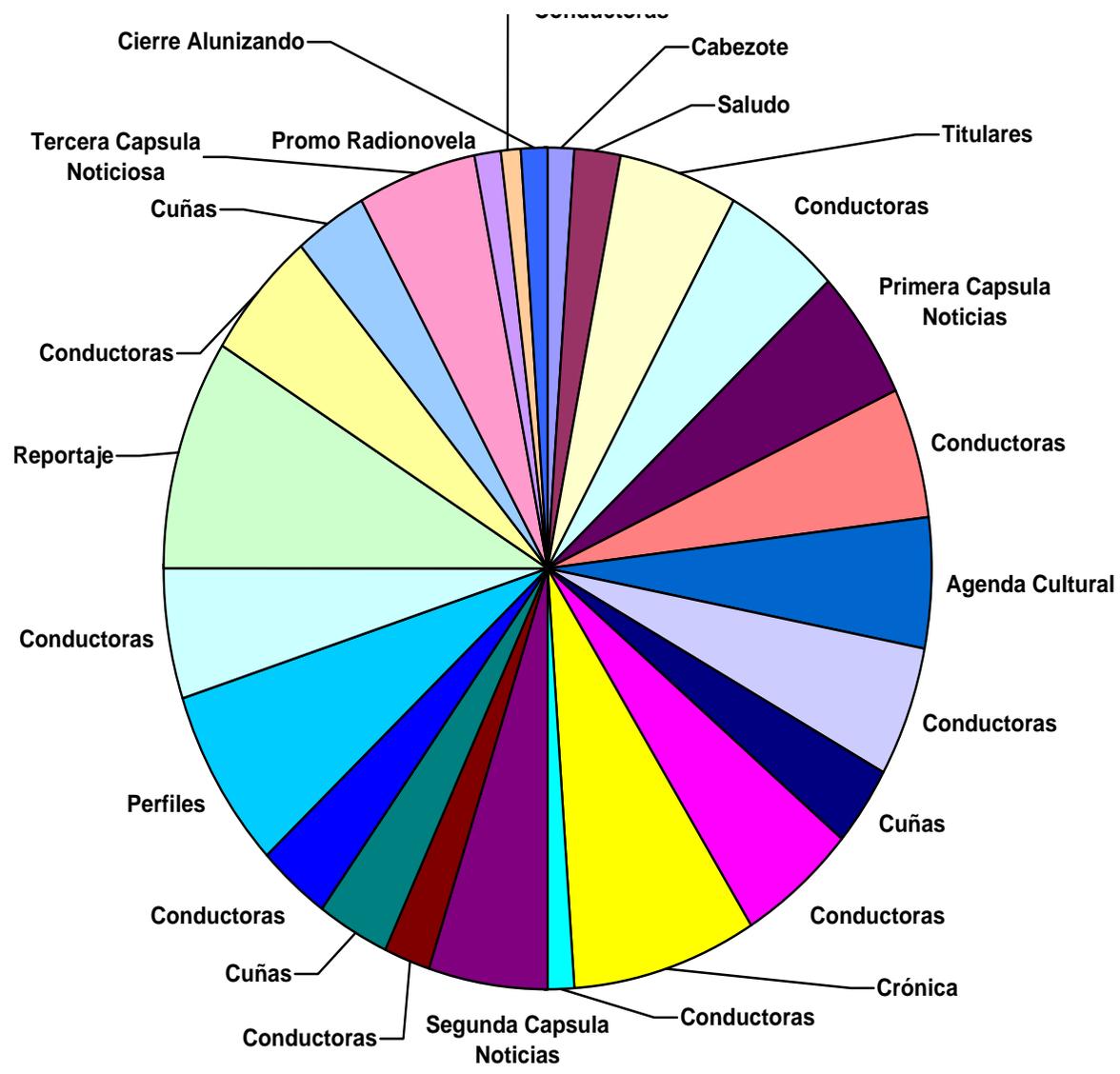
Perfil biográfico sobre “Roberto Gómez Bolaños”

#### ***Indagando***

Reportaje sobre el boom latinoamericano. “Un boom de letras”

#### ***Promo Radionovela***

Pequeña promoción en la que se invita a los oyentes a escuchar la radionovela “Asesinato a Domicilio”.



## **MAGOS Y APRENDICES DE BRUJO. PERFIL DE LOS LOCUTORES Y FUENTES DE *ALUNIZANDO***

---

A continuación vamos a presentar los perfiles de las personas que participaron en la realización de *Alunizando*, ya fuera prestándonos su voz o como fuentes de información para la realización de las secciones que conforman el programa.

**MAURICIO ARCHILA.** Ph. D. en Historia de la Universidad del Estado de Nueva Cork, Stony Brook. Licenciado en Filosofía y Letras, con especialización en Historia, de la Universidad Javeriana de Bogotá. Máster en Economía y Recursos Humanos de la misma institución. Docente de la Universidad Nacional de Colombia desde 1978 en el Departamento de Historia, así como investigador del CINEP, Centro de Investigación y Educación Popular. Autor de diversos textos, entre ellos, *Idas y venidas, vueltas y revueltas* y *Protestas sociales en Colombia (1958-1990)*. Participó en *Alunizando* como fuente del reportaje sobre la Asociación Nacional de Usuarios Campesinos (ANUC).

**SEBASTIÁN ARISTIZÁBAL PÉREZ.** Comunicador social de la Pontificia Universidad Javeriana, con énfasis en producción radiofónica. Se ha desempeñado como programador radiofónico en la emisora online Bogotá Web Radio y en Javeriana Estéreo; director del programa Radio Educativa Comunicativa en Ambiente Estéreo 88.4 fm, emisora comunitaria de la localidad Antonio Nariño. Es el narrador del documental del Museo Nacional “De Cárcel a Museo”, así como la voz institucional de la campaña publicitaria de vajillas Corelle, del video institucional de

Ecopetrol, de la emisora online de la Universidad de San Alfonso, así como del programa “Alto Voltaje” de Javeriana Estéreo. Actualmente trabaja en el área de comunicación de la Comisión Nacional de Reparación como productor del programa *La hora de las víctimas*. Realizó la campaña los Planes de Reparación Colectiva de la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación. Es la voice over de *Alunizando*.

**LUIS CARLOS ÁVILA RINCÓN.** Comunicador social de la Pontificia Universidad Javeriana con énfasis en producción audiovisual y radiofónica. Inició su vida profesional trabajando en emisoras por Internet y, tiempo después, se desempeñó como productor, programador y locutor de diversas franjas musicales de Javeriana Estéreo. Ha sido redactor en publicaciones como Bacánika y, actualmente, es libretista y asistente de la Dirección de Calidad de la Vicepresidencia de Producto y Contenido de RCN Televisión. Es el narrador de “Asesinato a domicilio”, así como la voz de varias cuñas de *Alunizando*.

**KAREN ALEXANDRA BLANCO.** Estudiante de último semestre de la carrera de Medios Visuales, con énfasis en producción radial, del Politécnico Grancolombiano. Se desempeña actualmente como practicante del canal RCN Televisión en el estudio musical. Participó en *Alunizando* como la traductora de Camilo Torres y como lectora de *Cien años de soledad*.

**JUAN DE JESÚS CASTAÑO.** Locutor profesional con experiencia de 30 años en radio y TV. En su vida profesional ha sido voz comercial y relator de titulares en TV, narrador de documentales

para radio, televisión y multimedia, relator de programas educativos virtuales de la universidad Nueva Granada y narrador de programas radiales educativos y culturales de Naciones Unidas en Colombia. Uno de sus mayores logros fue recibir el Premio Voz como mejor locutor de noticias. Ha trabajado al lado de prestigiosos periodistas como Yamid Amat, Darío Arizmendi, Hernán Estupiñán, Yolanda Ruiz, Darío Fernando Patiño y Lucía Madriñán en medios como Cadena Súper, Radionet, Caracol Radio y Canal Caracol de TV. Actualmente trabaja en RCN TV como la voz oficial de los titulares de Noticias RCN. Es la voz que le da vida a los titulares de *Alunizando*.

**ALBERTO CEPEDA ZUBIETA.** Locutor y actor de radio y teatro con más de 20 años de experiencia. Se inició en el medio radial en Radio Tequendama de la cadena Todelar (1968-1976). Miembro de la Asociación Colombiana de Locutores desde 1974. Es la voz comercial de diversos productos como lentes Transitions. Es la voz que hila los reportajes de *Alunizando*.

**GISELL PAOLA CRUZ.** Graduada como directora y productora de cine y televisión de la Universidad Manuela Beltrán. Se ha desempeñado como directora de fotografía de diferentes cortos, videos argumentales y documentales realizados para esta institución. Entre 2010 y 2011 trabajó como asistente de la Coordinación de Unitarios de la Vicepresidencia de Producto y Contenido de RCN Televisión. Participó en *Alunizando* como fuente del reportaje sobre el boom latinoamericano.

**CATALINA FORERO RUIZ.** Comunicadora Social de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Realizó estudios en Dirección Cinematográfica en el *Centro Cultural Ricardo Rojas* de la Universidad de Buenos Aires (U.B.A). Ha trabajado en proyectos

de RCN televisión como *El Mundo Según Pirry*, *Concurso Nacional de Belleza*, *Bichos* y *News in English* de NTN24. Participó en *Alunizando* como la voz de los créditos radiales de la sección Indagando.

**NATHALIA GARCÍA LESMES.** Estudiante de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario. En la actualidad forma parte del equipo de reporteros del medio digital *Plaza Capital*. Es la voz de varias cuñas de *Alunizando*.

**BLADIMIR GODOY GÁMEZ.** Productor y Director de Cine y Televisión. Máster en Guión de la Universidad Autónoma de Barcelona. Máster en literatura de la Universidad de los Andes. Actualmente se desempeña como editor de diferentes publicaciones. Participó en *Alunizando* como fuente del reportaje sobre el boom latinoamericano.

**ANDRÉS GONZÁLEZ PÉREZ.** Politólogo de la Universidad Nacional de Colombia con Maestría en Filosofía en la misma institución. Especialista en Opinión Pública y Mercadeo Político de la Pontificia Universidad Javeriana. Se ha desempeñado como asesor de diferentes figuras públicas. Participó en *Alunizando* como fuente del reportaje sobre el nacimiento de las guerrillas colombianas.

**LAURA CAMILA GÓMEZ.** Estudiante de Antropología y de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario. Ha trabajado como reportera de la Revista Agricultura de las Américas y del medio digital *Plaza Capital*. También ha realizado reportajes para el programa Zona Locha de City TV. Participó en *Alunizando* como la voz de algunas de las cuñas radiales.

**LUCERO GÓMEZ.** Actriz de televisión, radio, teatro y doblaje. Inició su carrera en el grupo Radio-Infantil de la Radio Nacional

de Colombia. Tiempo después, formó parte del grupo de radio-actores de Caracol Radio y de Todelar. Ha sido actriz y directora de doblaje para Disney Channel, HBO y NatGeo. Desde hace treinta años permanece en la televisión y ha participado en producciones como *San Tropol*, *Dios se lo pague*, *Decisiones*, *Tentaciones*, *Isabel me la veló*, *Juego limpio*, *El Capo*, *A Corazón Abierto* y, desde hace 12 años, es integrante del elenco de *Sábados Felices*. Es la narradora del perfil sobre Martha Traba.

**ALEJANDRA LEGUIZAMÓN GELLIBERT.** Estudiante de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario. Ha trabajado en Colmundo Radio. Actualmente forma parte del equipo de reporteros del medio digital *Plaza Capital*. Es la voz de varias cuñas de *Alunizando*.

**CLAUDIA LEÓN.** Estudiante de Periodismo y Opinión Pública con énfasis en Antropología de la Universidad del Rosario. Actualmente se desempeña como pasante en el Proyecto Inversión para la paz del CINEP/PPP. Miembro activo del Colectivo Malatesta de la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario. Cofundadora del Semillero de Investigación *Periodismo Crítico y Prensa Alternativa Jaime Garzón*. Cofundadora del Colectivo artístico y cultural *Cuajada*. Participó en *Alunizando* dándole voz a Martha Traba.

**GERMÁN MARTÍNEZ.** Sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia. Ha trabajado con la Alcaldía Mayor de Bogotá y con el Polo Democrático Alternativo, así como con otras entidades distritales. Trabaja desde hace varios años con población vulnerable. Participó en *Alunizando* como fuente del reportaje sobre el nacimiento de las guerrillas en Colombia.

**ALIETA MONTERO.** Actual portavoz cultural del municipio de Cota (Cundinamarca). Actriz de teatro y televisión; ha participado en las obras teatrales *Susana*, *fin de semana* y *La conyugal*. Por muchos años se desempeñó como radio-actriz de Todelar y Caracol Radio. Asimismo, ha sido actriz de doblaje. Participó en la película animada *Bolívar, el héroe*. Es una de las voces de la “Agenda Retro” en *Alunizando*.

**SANTIAGO MÚNEVAR.** Actor presente en la televisión colombiana desde 1975, que se ha desenvuelto en todos los medios de comunicación (radio, televisión, cine y teatro). Protagonista de *Así fue* y *Aquilino, el inquilino*. Director de doblaje. Es uno de los primeros actores de doblaje de Colombia. Narrador institucional por mucho tiempo de los canales NatGeo y Discovery Channel. Conocido también por ser la voz comercial de la Registraduría Nacional, Renault, Alpina, Banco Caja Social, Jabón Puro e Iberia. Es el narrador del perfil sobre Óscar Golden.

**JORGE EDILBERTO PACHÓN.** Sociólogo de la Universidad de la Salle con Maestría en Historia de la Pontificia Universidad Javeriana. Ha trabajado como docente en la Universidad de Córdoba, Universidad Pedagógica, Universidad Distrital Francisco José de Caldas y en la Escuela Superior de Administración Pública. Participó en *Alunizando* como fuente del reportaje sobre la Asociación Nacional de Usuarios Campesinos (ANUC).

**SEBASTIÁN QUIROGA.** Estudiante de Historia y de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario. Ganador del Premio a Mejor Propuesta Creativa Radial y a Mejor Reportaje en la Séptima Muestra Audiovisual de la Universidad del Rosario por el magazín radial “El desayuno criollo” y el reportaje audiovisual

“El caso Cambio”. Ha trabajado en la Alcaldía Mayor de Bogotá, el Ministerio de Cultura, la Universidad del Rosario y actualmente desarrolla sus prácticas profesionales en MAZDOC documentarías. Participó en el elenco de “Asesinato a domicilio” como el sargento Efraín Franco.

**ANA KARINA RAMÍREZ.** Estudiante de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario. Ha trabajado para el canal de televisión comunitaria HSB como periodista en “Noticias HSB” y presentadora del programa infantil “Canta Conmigo”. Es la voz de varias cuñas de *Alunizando*.

**JESÚS ANTONIO RODRÍGUEZ.** Historiador de la Universidad Nacional de Colombia con Maestría en Historia de la Universidad de Sorbona en París. Ha trabajado como docente en la Universidad del Tolima, Universidad Pedagógica Nacional y la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Participó en *Alunizando* como fuente del reportaje sobre la Asociación Nacional de Usuarios Campesinos (ANUC).

**CÉSAR LEONARDO ROJAS.** Estudiante de Periodismo y Opinión Pública y de Ciencia Política y Gobierno en la Universidad del Rosario. Ha trabajado como reportero y redactor para el área de Comunicaciones de la Universidad del Rosario elaborando newsletters y boletines electrónicos acerca de las actividades de interés para los colegios, egresados y personal administrativo de la institución. Es la voz de varias cuñas de *Alunizando*.

**GERMÁN ANDRÉS ROZO.** Estudiante de Periodismo y opinión pública en la Universidad del Rosario. Ha trabajado como reportero en el medio virtual *Plaza Capital*. Es la voz de varias cuñas de *Alunizando*.

**SEBASTIÁN SARMIENTO.** Estudiante de Diseño Industrial de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Ha trabajado como Educador Experiencial con la empresa Agora Camps, como diseñador de flyers para la Clínica de la 67 y como diseñador de productos de mercadeo empresarial para Saru Marketing. Participó en el elenco de “Asesinato a domicilio” como el policía de crímenes Santiago Caicedo y Sergio Velandia.

**SABINA TRIANA.** Estudiante de Periodismo y opinión pública en la Universidad del Rosario. Ha trabajado como reportera en el medio virtual *Plaza Capital*. Es la voz de varias cuñas de *Alunizando*.

**JOTA MARIO VALENCIA.** Ingresó a la televisión en 1979. Desde aquella época se convirtió en uno de los productores y conductores de televisión más recordados de la pantalla chica colombiana. Es graduado como Comunicador Social de la Universidad de la Sabana, en Bogotá y fue uno de los fundadores de la Agencia Nacional de Noticias, Colprensa. Ha recibido importantes distinciones a razón a su trayectoria en los medios de comunicación colombianos: un India Catalina; dos premios de la Asociación Colombiana de Locutores; 11 premios TV y Novelas; tres premios Simón Bolívar; y como si fuera poco, en 2004 el Congreso de la República lo nombró Gran Caballero de la Orden de la Democracia Simón Bolívar en el grado de Comendador. Después de ser por 13 años una de las principales figuras del Canal Caracol, en el año 2001, Jota Mario se vinculó al Canal RCN Televisión donde, desde entonces, conduce y dirige el magazine matutino: *Muy Buenos Días*. Es el narrador del perfil sobre Roberto Gómez Bolaños, Chespirito.

**SERGIO VALENZUELA.** Estudiante de Sociología y Periodismo y opinión Pública de la Universidad del Rosario. Ha trabajado como asistente de investigación del equipo psicosocial del proyecto “Cooperación local y Ciudadana en la búsqueda de Alternativas al Comercio Informal en la localidad tres Santafé, asistente de investigación en el marco del proyecto “Hacia la consolidación del Instituto Rosarista de Acción Social –Rafael Arenas Ángel-, Medios y fines”. Investigador dentro del proyecto de evaluación de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad del Rosario. Participó en el elenco de “Asesinato a domicilio” como Deborah Valenzuela, así como en varias cuñas publicitarias de *Alunizando*.

**MARIANA VÁSQUEZ.** Comunicadora social y profesional en literatura de la Pontificia Universidad Javeriana. Crítica literaria y poetiza. Jefe de redacción de una publicación española. Ha sido catedrática de la Universidad de los Andes (Chile). Participó en *Alunizando* como fuente del reportaje sobre el boom latinoamericano.

**JORGE ANTONIO VEGA.** Presidente de la Asociación Colombiana de Locutores y reconocido locutor de radio y presentador de televisión. Comenzó su carrera en la década de los cincuenta. En palabras de Julio Sánchez Cristo: “él es el maestro de maestros”. A lo largo de su carrera trabajó como presentador de noticias y de programas de entretenimiento en las emisoras de Todelar, Melodía y Radio Súper. Presentó noticias al lado de Juan Gossaín y trabajó en Atlas Publicidad. Duró más de 35 años en la Emisora Nuevo Mundo de la cadena radial Caracol. Hizo cuñas famosas como la de Aspirina y la de Radio Phillips. Es la voz que le da vida a las noticias de *Alunizando*.

## CONCLUSIONES

---

¿Por qué hacer *Alunizando*? Luego de investigar tanto la radio de la década del sesenta y el setenta, como los contenidos que se presentaron en ella y de evaluar la forma en que se hace la radio actualmente, podemos formular una tesis que responda a las razones por las cuales son pocos los programas en la radio comercial que tengan calidad tanto de forma como de contenido. El problema parece extenderse en todo el continente, pues en un artículo de su autoría, Judith Vera, comunicadora social paraguaya, se duele al pensar

que en un país donde todavía las mujeres mueren de parto, niños por desnutrición, y hay indígenas ejecutados por numerosos terratenientes, se gasten horas y horas de programación en el más completo *vyrorei* (banalidad, tonterías), en la polémica que busca confundir y desinformar, en la chabacanería, en colocar a la audiencia juvenil de las FM como los pobres tontos consumidores (Vera: 2009, 79).

Nos dimos cuenta que la crisis económica de la década de los ochenta, **que afectó todas las esferas de la sociedad, incluyendo a los medios**, acostumbró a la radio a abaratar la producción radial (Pareja: 1984 y Stamato: 2005). Muchas veces los encargados de este medio son o bien estrellas que se sientan en la palabra y que, a causa de su credibilidad, no modifican su

forma de expresarse o de conducir sus programas, o periodistas novatos que o no están bien preparados o deben ceñirse a las dinámicas impuestas por el medio mismo.

Asimismo, hay un desconocimiento de la audiencia: mientras exista esa despreocupación, los dueños de las cadenas radiales van a seguir diseñando programas mediocres que obligarán a los oyentes a migrar a otros medios, bien sea la televisión o la Internet. Esto está muy ligado al hecho que las cadenas radiales se asumen casi exclusivamente como empresas, desconociendo su evidente labor social y cultural como medio de comunicación. Si bien es claro que las cadenas radiales tienen presente su responsabilidad social empresarial y encabezan campañas contra el maltrato infantil, la intolerancia o la erradicación de la pobreza, lejos están de entender aquel deber constitucional que se les impone<sup>29</sup>. Deber que también está ligado

---

<sup>29</sup> La Constitución Política de Colombia, en su artículo 20, versa: “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social.” El derecho, complejo como figura, indica que los medios de comunicación –entre los que se encuentra la radio- tienen un deber de autorregulación, muchas

a su función de construir ciudadanía, debido a que los individuos edificamos nuestro criterio y tomamos nuestras decisiones con base en la información que nos brindan los medios de comunicación.

El olvido de este deber, junto con el desconocimiento de la audiencia, arroja como resultado los programas de los que disponen los oyentes: informativos en los que se hacen entrevistas en vivo, se leen noticias de Colombia y el mundo y se presentan notas grabadas; magazines en donde los presentadores opinan sobre temas variados durante horas, reciben llamadas al aire del público y se pone música elegida dependiendo del tipo de programa que se trate. No es más.

Como asegura Vera, “un programa de radio debe ser pensado, producido, pulido; la sociedad merece excelencia en la comunicación. [...] La improvisación y la mediocridad son males de nuestro periodismo radial” (Vera: 2009, 78-9). Nuestra intención con *Alunizando* era atender a este imperativo. Dijimos al principio que nos preocupaba saber si la radio del pasado podía darnos elementos para mejorar la radio actual, pues bien, lo que encontramos tras realizar *Alunizando* es que no hace falta ir tan

---

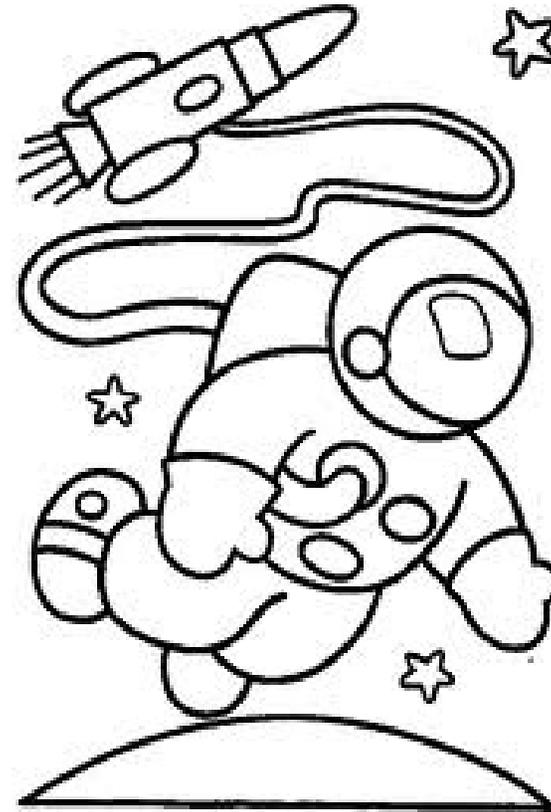
veces pasado por alto en los programas radiales como en el caso de la broma del programa *Azuquita pa'l café* al que hicimos referencia en páginas previas.

lejos (como los años sesenta) para actualizar la radio, sólo basta con atender a aquellos formatos que por complejos o por demorados de realizar no se tienen presente en los medios de comunicación como la crónica y el reportaje. Nuestra intención con volver al pasado era indicar que si en una época en donde se disponía de menos tecnología para elaborar los programas radiales resultaban ser más interesantes y variados resultaría más fácil hacerlos en el presente cuando se disponen de mayores recursos y de gente profesional<sup>30</sup> Para construir el discurso radial, que reviste una complejidad que quizá muchos ignoran, es necesario emplear la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio. Estos cuatro elementos fueron esenciales para el diseño de este programa que, si bien no pretende revolucionar la radio, por lo menos sí reivindicarla e indicarle a quienes piensan que será un medio condenado a desaparecer, que todavía hay muchas alternativas para ella y que es misión de los nuevos periodistas

---

<sup>30</sup> Si bien es cierto que la Constitución Nacional faculta a cualquier ciudadano a crear medios de comunicación, las personas que se encargan de éstos son profesionales en comunicación o periodistas. En Colombia, según la Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarios en Comunicación e Información, hay por lo menos 44 instituciones de educación superior, entre privadas y públicas, que ofrecen carreras de Comunicación Social y Periodismo.

encarar el reto de acabar (o por lo menos minimizar) los vicios de la radio actual con el fin de devolverle la magia que solía tener.



## BIBLIOGRAFÍA

---

### *Fuentes Documentales*

Albornoz, Rigoberto. “Los recursos expresivos del mensaje radiofónico”. En *Légete. Estudios de comunicación y sociedad*. N°5 (2005). Universidad Católica de la Santísima Concepción.

Artunduaga, Edgar. *La historia de la radio en Colombia*. Vol. 1 -2. Bogotá: Sony Music. 1994.

Balsebre, Armand. *El Lenguaje Radiofónico*. Madrid: Cátedra, 1996.

Campos, Sergio. “La radio: la construcción de su discurso”. En *La Radio, entre la comunicación y el poder*. José Zepeda Vargas y Benjamín Fernández Bogado (compiladores). Hilversim: Radio Nederland Wereldomreop, 2009.

Castellanos Nelson y Pérez Gustavo. *La Radio del Tercer Milenio. Caracol 50 años*. Bogotá: Caracol Radio, 1998.

Constitución Política de Colombia.

De Mateo Rosario, Bérgees Laura y Garnatxe Anna. “Crisis, ¿Qué crisis? Los medios de comunicación: empresas y periodismo en tiempos de crisis”. En *Cambio Mediático*. Francisco Campos Freire (coordinador). Zamora:

Comunicación Social Editores, 2010.

Fernández, Benjamín. “La radio: entre los habitantes y los ciudadanos”. En *La Radio, entre la comunicación y el poder*. José Zepeda Vargas y Benjamín Fernández Bogado (compiladores). Hilversim: Radio Nederland Wereldomreop, 2009.

González Cajiao, Fernando. "El proceso del teatro en Colombia". En: *Manual de Literatura Colombiana*. Bogotá, Planeta-Procultura, 1988, Vol. II, pp. 665-773.

Macassi, Sandro. 1992. “Recepción y consumo radial. Una perspectiva desde los sujetos”. En: *Diálogos de la Comunicación*. No.35. Felafacs.

Morley, David. *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires, 1996.

Norberg, Eric. “Radio Programming: Tactics and Strategy”. Focal Press, 1996.

Pareja, Reynaldo. *La historia de la radio en Colombia. 1929-1980*. Bogotá: Servicio colombiano de comunicación social,

1984.

Rincón, Omar. "6:00 a.m. -9 a.m. Noticias cada instante. Cuando la radio se convirtió en el eje de la información." En *Medios y nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia*. VII Cátedra Anual de Historia. Ernesto Restrepo Tirado. Bogotá: Ministerio de Cultura-Museo Nacional de Colombia-Convenio "Andrés Bello", 2003.

Procacci, Giuliano. *Historia general del siglo XX*. Barcelona: Crítica, 2001.

Stamato, Vicente. "Días de Radio". *Revista Credencial Historia* 186 (Junio de 2005): 41-43.

Téllez Blanco, Hernando. *Cincuenta años de radiodifusión colombiana (Edición especial para celebrar los 25 años de Caracol)*. Bogotá: Bedout, 1974.

---

\_\_\_\_\_. *Veinticinco años de televisión colombiana. Bogotá, Radio y Televisión Interamericana (RTI)*. Bogotá: Bedout, 1979.

Vera, Judith. "Hacia una radio pública plural, incluyente y

cultural". En *La Radio, entre la comunicación y el poder*. José Zepeda Vargas y Benjamín Fernández Bogado (compiladores). Hilversim: Radio Nederland Wereldomreop, 2009.

Vizcaíno, Milciades (director de la investigación). *Televisión Educativa: una historia en construcción*. Investigación Escuela de Ciencias Humanas, Universidad del Rosario. Bogotá: Universidad del Rosario, 2005.

Wehner, Pat. 2002. "No place like home? Media Audience research and its social imaginaries". Marial Working Paper 15. Emory University.

#### *Fuentes Estadísticas*

Dane. *Libro de Censo 2005*. Censo General 2005.

Asociación Colombiana de Investigación en Medios. *Estudio General de Medios (EGM). Segunda Ola 2009-II*.

Estudio de Continuo de Audiencia Radial (ECAR). 2009-II.

## ANEXOS

---

Este apartado recoge una serie de documentos anexos, que fueron fundamentales en la realización de *Alunizando*.

### I. ENTREVISTAS:

Estas entrevistas fueron realizadas de febrero a mayo de 2010 a personas relacionadas con la radio: realizadores, locutores, estudiosos u oyentes<sup>31</sup>. A partir de dichas conversaciones, se realizó un análisis de contenido<sup>32</sup> que pretende dar cuenta de la evolución de la radio colombiana a través de la percepción de las personas más involucradas con ella. Asimismo, dichas entrevistas fueron hechas a personas que formarían parte de nuestro target

---

<sup>31</sup> La población estudiada en la presente investigación consistió en las personas relacionadas con la radio colombiana, desde sus inicios hasta la actualidad, específicamente personas desde los 50 años de edad en adelante que hayan tenido contacto con ella. Es una población heterogénea, pues comprende actores de radionovelas de los inicios de la radio, las audiencias radiales, así como profesores y expertos conocedores en este medio de comunicación.

<sup>32</sup> La metodología utilizada es cualitativa: a partir del discurso se extraen temas recurrentes que después se agrupan en temas más generales a partir de los cuales se elaboran categorías. Son esas categorías las que describen finalmente el objeto de estudio, en este caso, la radio. En este texto sólo se reproducen las entrevistas realizadas.

primario, por lo que resulta fundamental conocer, de su propia voz, cuáles son las características de la radio en la época de su niñez y juventud y cuáles las de la radio actual. Estos testimonios forman parte del corpus teórico del que nos valimos para elaborar *Alunizando*.

### CARLOS MUÑOZ (ACTOR)<sup>33</sup>

*Antes que nada, quiero que nos cuente un poco sobre sus inicios en la radio. Sabemos que empezó en el grupo infantil de la Radio Nacional.*

**CM:** Correcto, empecemos diciendo que mi padre era actor, José Antonio Muñoz, a quien de cariño le decían ‘Muñocito’ era actor del grupo escénico de la Radio Nacional que dirigía Bernardo Romero Lozano. La Radio Nacional por esa época

---

<sup>33</sup> Oriundo de Puente Nacional, Santander. Trabajó en radio desde su infancia y entró al mundo de la televisión el mismo día que se inauguró la televisora nacional, el 13 de junio de 1954. Hizo tele teatro y tenía resistencia a actuar en telenovelas, sin embargo ha protagonizado un número amplio de realizaciones y hoy en día es considerado uno de los más grandes actores de la TV. La entrevista que se presenta a continuación fue realizada el 19 de marzo de 2010 al actor colombiano Carlos Muñoz, cuyos inicios en el mundo artístico se dieron en la radio. Con dicha entrevista se buscaba narrar, a través de uno de los personajes que han sido testigos de la evolución de la radio en Colombia, la evolución que dicho medio ha tenido en el país.

tenía también un grupo infantil y lógicamente las obras que se hacían eran las grandes obras de la literatura universal infantil, de los grandes autores, hechas por niños para niños, o sea era una cosa de un nivel realmente alto. Ese grupo lo dirigían un señor que murió hace un par de años llamado José Agustín Pulido Téllez, José Agustín tiene un libro, dejó un libro también sobre el grupo infantil y un libro que yo creo que se consigue y es interesante. Entonces yo, lógicamente, con mi papá trabajando en la Radio Nacional, desde muy niño me llevó al grupo infantil y yo me vinculé a ese grupo desde los nueve años, no sé, y empecé a trabajar ahí y ahí crecí, yo a la vez estudiaba normalmente, como cualquier muchacho de su edad, estudiaba este y grabábamos, creo que ensayábamos un par de veces a la semana y el sábado grabábamos la obra que se iba a transmitir el domingo en sí mal no recuerdo en un horario como de las 11 de la mañana y eso tenía un público infantil muy grande, tenía una gran aceptación, eran cosas hechas con un alto nivel. Entonces, pues ahí fui creciendo hasta que fui adolescente y empecé a hacer incursión en uno de los grupos de mayores, se llamaba el grupo titular de la Radio Nacional y había un segundo grupo, ese lo dirigía un español que vivió en Colombia mucho tiempo llamado Enrique de la Oz.

*Cuéntenos más de esos grupos...*

**CM:** Yo ya de adolescente y a medida que crecí entré al segundo grupo y empecé a trabajar en este y lógicamente el paso siguiente era entrar al grupo titular al lado de los grandes actores que había allí en su momento y bajo la dirección de Bernardo Romero. Se hacía una radio de un nivel altísimo, hasta el punto que te cuento, los dramatizados que se

grababan en la Radio Nacional los transmitía la BBC de Londres para su servicio latinoamericano, tal era la calidad de lo que se hacía que pues para ser pasado por la BBC. Hacíamos adaptaciones de Bernardo Romero Lozano que él mismo cogía las grandes obras de la literatura universal y las adaptaba para radio, todo el teatro clásico, todas las tragedias griegas, el teatro de Shakespeare, todo. Lo hicimos durante años. Eran grabaciones tan importantes, la gente cuando yo le cuento esto mucha gente dice pero cómo es posible que hace, no sé, más de cincuenta años se hicieran estas cosas en Colombia. Grabaciones que por el número de personas que participaban en ellas, no cabíamos en el estudio de la Radio Nacional, en los estudios de la Radio Nacional que durante muchísimos años quedó en la transversal 17 con calle 26 y entonces, cuando ocurría eso, para hacer una grabación de una tragedia griega o algo así nos desplazábamos al Teatro Colón, acondicionaban el Teatro Colón como un estudio de radio con micrófonos, con máquinas, con grabadoras y tal, y grabábamos la tragedia ahí.

*Y cómo eran esas grabaciones...*

**CM:** En la tragedia griega por citar uno de tantos ejemplos, intervenía la orquesta sinfónica de Colombia en pleno, haciendo la música en vivo para la grabación, una masa coral de 12 o 15 voces dirigidas por un italiano que nunca me acuerdo el nombre y el grupo de actores que también éramos un número de 15 o 20 dirigidos por Bernardo Romero, o sea, eran 3 directores, el de la sinfónica, el de los coros y el de los actores para grabar Edipo Rey, Macbeth o bueno, cualquiera de estas obras. Era de una calidad impresionante, una cosa que si se hubiera seguido haciendo ese tipo de radio en

Colombia hoy después de más de medio siglo qué se estaría haciendo yo no sé. Pero sin embargo eso se hizo durante años, pero se acabó como suele pasar con todas las cosas buenas. Ese ciclo se acabó o empezó a bajar por la llegada de la televisión a Colombia. Yo, digamos, en el intermedio entre que ya trabajaba en el grupo de mayores empecé a hacer algo de radio comercial, no hice mucho porque había algunas emisoras la cadena *Todelar* me acuerdo, emisoras que hacían radionovelas, algunas las recuerda hoy en día mucha gente como *Calimán* y todo este tipo de cosas, *Kadir el Arabe*, *Genoveva de Gravante*, unas radionovelas muy populares, que tenían una audiencia infinita. Mi padre formó una vez con Colgate-Palmolive, la marca esta de jabones y cremas, para hacer un programa humorístico que se llamó *El Tremendo Juez y la Tremenda Corte*, eran unos libretos cubanos, que los compraron en Cuba y aquí los ‘colombianizaron’ digamos, los adaptaron acá y los hacía un elenco seleccionado acá. Como anécdota te cuento que mi papá que era bogotano absoluto interpretaba al paisa, se llamaba Rudecindo Jaramillo Montoya. ¿Por qué escogieron a un bogotano para hacer del paisa? Porque llamaron a los actores paisas que había en el momento y cuando iban a hacer el acento paisa, el acento natural de los antioqueños ante el micrófono no les salía con la naturalidad que pedía el director entonces hicieron pruebas a muchos actores y resulta que el que mejor resultó haciendo el antioqueño era mi papá que era bogotano.

*Qué otros actores salían en el programa...*

**CM:** Mmmm, que recuerde yo otros actores que intervinieron en eso estaban Alvarito Ruiz, que ya murió, que hacía al pastuso, estaba Fabio Camero, César Borrero, Carlos

Escobar, bueno, así de los que recuerdo que eran personajes típicos de esa serie. Yo no trabajé en esa, pero alcancé a intervenir en alguna radionovela de esas de *Todelar* y a la vez empecé a hacer teatro en el Teatro Colón, hice varias temporadas, con muy buena aceptación de parte del público y era en un grupo que hice con un compañero llamado Enrique Pontón, un estupendo actor y galán, un hombre muy talentoso que ya murió. Él se fue a México y trabajó muchos años en México y murió en México. Con él hicimos un grupo que se llamaba Teatro de Artistas Unidos para hacer obras de teatro, alcanzamos a hacer me acuerdo que alcanzamos a hacer una obra de Françoise Sagan que se llama Castillo en Suecia, hicimos una obra que se llama *Cuando el diablo mete la cola*, no me acuerdo el autor, hicimos una obra que Enrique trajo de Londres, él vivió un tiempo en Londres, y trajo una obra inglesa que se llama, el título original en inglés es *The People of Nowhere*, algo así como *La gente de Ninguna Parte*, porque era una obra que transcurría en un campo de concentración, una obra bellísima, el propio Enrique Pontón la adaptó al teatro, a las posibilidades nuestras y la hicimos en el Teatro Colón con un éxito grandísimo al ser un montaje muy novedoso. La obra empezaba desde que la gente estaba en las taquillas del teatro porque los actores estábamos mezclados entre la gente que llegaba al teatro y simultáneamente se estaban oyendo por parlantes los avisos típicos de un campo de concentración en cinco idiomas: ruso, alemán, inglés, español, francés. Entonces la gente oía eso en los idiomas y veía una gente rarísima, ahí, mal vestida, la gente era muy estirada en esa época para ir al Teatro Colón y de pronto sin darse cuenta que la obra empezaba desde que el público llegaba a comprar la boleta o a entrar a la sala o lo que sea y entraban a la sala y no había telón, no había nada, era

pelado todo y la obra sucedía en todas partes, en la platea, entre el público, arriba en el escenario por todos lados la gente era mirando todas las escenas, una cosa novedosa para su momento y muy interesante. Entonces yo hice algo de esas obras de teatro y demás y luego el 13 de junio de 1954 llegó la televisión a Colombia, se inauguró y quiénes íbamos a hacer a empezar a hacer la televisión o a aprender a ver qué era esa nueva cosa extraña éramos los que teníamos alguna experiencia en el teatro y en la radio, éramos los llamados a empezar a hacer la televisión y todos los que estábamos en esa actividad empezamos a hacer televisión. Bernardo Romero Lozano, que fue un hombre muy importante en el medio colombiano volvió a hacer el trabajo que hizo durante años en la Radio Nacional, de tomar esas obras, esas grandes obras, que habíamos hecho en adaptación para radio las readaptó para televisión y volvimos a hacer todo el teatro universal, todo el clásico español, Shakespeare, las tragedias griegas, todo lo volvimos a hacer durante los no sé 10 primeros años de la televisión en Colombia, que la televisión en Colombia como la había traído el Estado, el General Rojas Pinilla, la televisión fue estatal durante, no sé, no recuerdo pero pudo ser los 10 primeros años. La sostenía el gobierno a un costo altísimo, en un país pobre en el que no se podía dar ese lujo y por eso poco a poco fue dándose la transición entre la televisión oficial y la televisión comercial, que al principio comenzó con patrocinios de empresas estatales, Ecopetrol patrocinaba el concierto de tal, otra empresa del Estado patrocinaba el Gran Teatro del Mundo, o el Teleteatro de los jueves, y así poco a poco fue dándose esa transición, hasta llegar a lo que tenemos hoy que es más comercial que televisión.

*Es cierto...*

**CM:** Hoy un programa de media hora son más de la mitad son comerciales y el resto es parte de lo que pasa. Entonces ese fue el gran comienzo y la gran participación mía en la radio que todo esto lo puedes complementar con esto que te estoy diciendo, con la bibliografía que encuentres y con la obra de Edgar Artunduaga que estoy seguro te va a aportar unos datos bien, bien interesantes. Desafortunadamente yo no creo, que sería para ti maravilloso, grabaciones de aquellas, en la Radio Nacional, yo creo que eso se perdió, se grababa en unos acetatos casi tan grandes como esta mesa [con el dedo índice circunda el perímetro de la mesa], una cosa así, quien grababa era un señor que se llama Manuel Medina Mesa, el gran artífice en la parte técnica de estas cosas. Él vive, Manuel Medina Mesa, el hombre de las tres emes y después en televisión fue un hombre muy importante, muy famoso porque era el gran director de cámara de la época, un hombre muy, muy interesante, pero él empezó también en la Radio Nacional grabando en acetato grandísimo, nosotros jugábamos con todo ese pelillo que le salía a los discos que se prende con algo y hace un fagonazo, digamos que ese fue como el gran comienzo.

*De lo que venía diciendo me surge la duda de cómo se hacían las cuñas radiales o las propagandas porque en ese momento era todo en vivo, ¿cierto?*

**CM:** En la radio se podía grabar o se grababa en cinta, pero muchos comerciales se hacían en directo, en vivo, por ejemplo, cuando yo hacía referencia a los radioteatros que tenían las emisoras *Nuevo Mundo*, *Todelar*, todas tenían una pequeña sala como de teatro donde presentaban shows,

cantantes, orquestas, dramatizados, había un locutor que estaba ahí, tenía su micrófono y el locutor decía “y ahora la orquesta *Fulano de Tal, Don Américo y sus Caribes* interpretando no sé qué” y hablaba un poco de Don Américo y tal y no sé qué, este porque no olvide que Fabricato es la tela que resiste no sé cuánto y ahí echaba el comercial [ríe] o este programa es presentado por Fabricato o por Cigarrillos Tal, entonces dentro del show que estaban haciendo en vivo, que se estaba transmitiendo a todo el país estaban incluidos los comerciales, las cuñas; las otras, me imagino pues las grababan y las pasaban, y en televisión ocurrió lo mismo, durante los primeros años, las cuñas eran en el estudio, estaban digamos el set de la sala, la casa, donde estaba la comedia y la cocina y el baño o donde iba a transcurrir la acción de la obra y al lado había un pequeño set armado especialmente para el comercial entonces estaba la modelo o el modelo y estaba la voz o el locutor, no sé qué, terminaba un segmento de la obra y pasaban al set, había una cámara en el set, y en vivo iban haciendo el comercial. Yo que trabajé tantos años en una comedia que se llamó *Yo y Tú* que la patrocinaba Nescafé hace muchos años, hasta el punto en que el nombre de la comedia no era *Yo y Tú*, sino *Yo y Tú y Nescafé*, era completo, y los primeros años, los comerciales de Nescafé eran ahí mismo en el estudio, en vivo y en directo. Ahí estaba el modelo y la preparación del café y tal. Entonces se hacía, se hizo mucho ya todos primeros años de la televisión, las obras, imagínate la responsabilidad de hacer una obra *Los Árboles Mueren de Pie* o un García Lorca, un *Teatro en Verso* o qué sé yo Shakespeare, *Sueño de una Noche de Verano*, lo que sea, hecho en vivo sin poderlo grabar ahí, de una, tocaba el comercial que se hacía en vivo y seguía uno porque no había máquinas grabadoras, eso llegó después, esto tocaba hacerlo así y después llegaron las

máquinas grabadoras y era muy difícil empatar, entonces empezábamos a grabar una escena, digamos de cinco minutos y cuando íbamos en el minuto 4 y medio ya para terminar la escena y alguien cometía un error, una embarrada espantosa no se podía editar no se podía pegar como se hace hoy en día que casi hasta una palabra le sacan a uno de la boca para después pegarla, no, entonces había que volver a empezar la escena de los 5 minutos, hacerla toda porque había que ir de bloque a bloque, eran muchas aventuras las que pasábamos.

¿Y en las radionovelas entonces era algo similar? La musicalización...

**CM:** En las radionovelas había una cosa maravillosa, que sirvió para hacer muchas bromas, chistes y comentarios. Cuando entraba alguien nuevo, algún pasante o algo. El director muy serio le decía, mira aquí están los actores, están listos, sí señor, todo está listo, están todas las cosas y no sé qué, tenemos los micrófonos, sí, sí todo está muy bien, no te olvides tenerme lista la caja de murmullos, entonces se quedaba la niña o el muchacho y empezaba a averiguar que disque una caja de murmullos, eso qué es, dónde lo consigo, todos sabían el asunto y todo el mundo lo despistaba, ah no, consíguela, llámame a Fulano y dile que te preste la caja de murmullos, eso no es fácil, hazme el favor, y estos ‘creaturas’ se podían morir de la angustia, entonces el director que venía todo serio, ¿qué pasó con la caja de murmullos?, yo te dije que la buscaras, señor es que no la he encontrado, pero no, ¡entonces se suspende la grabación! si no hay caja. Entonces la caja de murmullos era como un bautizo al recién llegado, una broma de una caja de murmullos, pero lo que sí había era un mueble en todas las emisoras que hacían dramatizados, era una especie de armario no muy alto de metro cincuenta, con

una caja grande arriba, era como una mesa encima, y esa caja generalmente tenía una llave y estaba llena de mil cosas...era la caja de los efectos especiales...esto tenía normalmente un piso de arena en una parte y en otro lado de piedra más chica, entonces cuando había pasos en piedra, una persona que era el sonidista caminaba y el actor decía vamos por acá, vamos por el jardín, no sé qué, y caminaba, los caballos los hacían con dos cocos, pom, pom, pom, pom, pom, pom, y hacía trote y galope, un incendio se hacía con un papel de celofán, de cigarrillos, cerca al micrófono lo empezas a arrugar y eso suena como las llamas de un gran incendio, pegado al micrófono, este, el clip de un bolígrafo era un interruptor, entonces prendieron la luz, clack, o sea millones de cosas, los pasos, los caballos, los murmullos, todo eso, había una caja especial y había una persona especializada en eso...la puerta no era gratuita, la puerta con llave tenía dos, tres cerraduras distintas con una corría el pasador, otra era la más fuerte, de la finca, la otra era un pasador de hierro, cha, cha, con aldaba, otra más moderna y al abrir la puerta había una que chirriaba ñiiiiii, todo, todo, estaba en esa caja, entonces el tipo hacía mil cosas, era un espectáculo verlo porque en la medida que los actores íbamos hablando con el micrófono, con el libreto, diciendo las cosas, él iba haciendo mil cosas a nivel de ruidos, de efectos, hacía pasos, hacía trote, carrera, pasos en la hierba, en madera, en piedra, llegó el caballo, habría la cerradura, el timbre, había cuatro clases de timbre o cinco distintos tipos de timbre y entonces todo eso hecho especialmente para lograr los efectos que se necesitaran en cada momento en el dramatizado son cosas maravillosas en una época en donde había tanto misticismo, tanta mística para hacer las cosas, como los que hacíamos la radio, como los que hacían todo, en tiempos pasados, casi, casi, como se repite popularmente lo

hacíamos por amor al arte, vivíamos de eso, pero pues no eran ni grandes sueldos, ni grandes cosas, pero sí había una mística, y un amor por el trabajo que hacíamos cada uno en su rol, que era realmente maravilloso, se ha perdido tanto, hoy la gente va y trabaja la mayoría porque le pagan y no tienen muchas ganas de hacerlo, se ha perdido mucho de ese entusiasmo, de ese sentido del profesionalismo, y ese amor por lo que haces, ¿no? Que yo creo que en la vida es absolutamente indispensable para cualquier cosa, el que haga el trabajo que sea, lustrar zapatos, o limpiar baños, lo tiene que hacer bien hecho y con amor y con entrega y así le quedará bien hecho el trabajo, así lo he dicho en las charlas que doy, este, siempre digo que el mundo sería totalmente distinto a lo que conocemos, pero total, radicalmente distinto a lo que vivimos si un porcentaje importante de los habitantes del mundo pudieran hacer lo que les gusta y no lo que les toca, son dos cosas totalmente distintas. Este, la gente le toca vivir de algo, yo me encuentro gente que ha hecho universidad, que tiene un título colgado en la sala de su casa y manejan un taxi y vive frustrado, tiene razón, para qué estudió tantos años, ¿pa' manejar un taxi? Esa gente está haciendo lo que le toca porque seguro tiene una mujer y tres niñitos y qué sé yo y que tiene que alimentar entonces está haciendo lo que le toca, pero no lo que le gusta.

*Le tengo una pregunta y está relacionada con la mística de la que habla, cómo era la forma en que se hablaba en la radio, cómo se dirigían los locutores a sus oyentes.*

**CM:** El lenguaje, tú te refieres a...

*Sí a las expresiones que se usaban, el cuidado de decir las cosas de una cierta manera...*

**CM:** Muchísimo, muchísimo, bajo un precepto que por lo menos en aquella época era casi un mandamiento, era, yo diría, que sagrado. En una época, hace muchos años, Colombia conquistó un título que surgió, nadie le dio un premio, ni un diploma, ni nada, pero Colombia fue llamada “La Atenas Suramericana” y esa es una gran distinción, que llegó a tener y todo el mundo llegó a conocer a Colombia como “La Atenas Suramericana”, qué quería decir ese nombre, que era un país culto, que manejaba el idioma perfectamente, que no se permitía tantas libertades y tantas licencias idiomáticas, sino que el castellano se hablaba como era, y aun todavía, menos, pero todavía, se dice por lo menos en los países latinoamericanos que en Colombia se habla el mejor español porque no tenemos el canto fuerte, exagerado del argentino o el hablado del puertorriqueño que se come las letras ni siquiera como los costeños nuestros se comen la ese, no, no, Puelto Lico, Puelto Lico, eso no es...nada...entonces en Colombia siempre se cuidó el idioma y conquistó la fama de la “Atenas Suramericana” y hoy en día todavía se sigue diciendo que en Colombia se habla un magnífico español, el acento es bastante neutro, no tenemos un acento especial como el mexicano, quiubole mano, qué pasó, o como el argentino que es tan marcado, recorre todos los países y todos tienen un acento muy fuerte, muy característico, y eso llama mucho la atención. Hoy, en los medios de comunicación, se maneja un lenguaje descarnado diría yo, donde ya las groserías y las palabras soeces y la ofensa ya no importa, se van diciendo porque sí en la televisión, en la radio, hay una radio joven hoy en día que realmente es horrible, se escuchan

muchachos que van hablando y van diciendo las cosas más espantosas, sin ningún pudor y no se trata de ser puritanos, y de no, si no se trata de la responsabilidad que tienen los medios frente a millones de personas que los ven, los escuchan o los leen, y ese hablar terriblemente mal, ese no tener pudor, ni recato, y decir cualquier clase de palabras, más allá de los errores gramaticales, como será de terrible que yo digo que a mí, como será de terrible que a mí no me duelen los oídos, sino que me duelen las medias, me duelen las medias cuando oigo a grandes personajes de la política, decir en la ‘eccena’ del crimen, cuál ‘eccena’ no han visto la palabra escrita en su vida, ese, ce, ‘escena’, donde han visto la palabra escena escrita con dos ces, ‘eccena’, ‘eccena’, en el ‘eccenario’ estaba Fulano y tal, pero no lo dice cualquier persona del pueblo, el ‘de que’ y ‘me coloqué furioso’, no se puso furioso, sino se colocó furioso, y eso lo oyes en la radio, y millones de cosas y yo me coloco energúmeno, porque es espantoso. En cambio figura tú lo que era hace 20, 30, 40, 50 años el lenguaje era de un purísimo absoluto, los directores cuidaban hasta la última parte, no sólo en la entonación, en el ritmo, en la intensidad, en las inflexiones de la voz, la forma de hacer una pregunta, de interrogar y de hablar correctamente el español, eso era sagrado pero hoy en día como todo se ha ido degenerando, decimos ‘eccena’ y ‘me coloqué triste’...

*¿Qué característica de la radio de antes le hace falta, si es que hay alguna, a la radio actual?*

**CM:** Pues básicamente lo que te dije hace un rato mi amor. Yo estaba más conforme con una radio variada, que tenga muchas alternativas para la gente, que el que se quiera reír encuentre humor, que el que quiera oír radionovelas que las

encuentre, el que quiera oír música que la encuentre, las grandes orquestas, y a pesar de que existen unas radios especializadas en música, esa radio es muy especializada y no sé qué tan buena sea, entonces es la radio vallenata, entonces tienes 24 horas de vallenato, a mí me gusta el vallenato, pero no sé si resistiría 24 horas de vallenato, yo preferiría oír media hora de vallenato y ahí entrara a un programa de orquesta con otra música y luego entrara un dramatizado simpático y luego un segmento de concursos, a mí me llenaría más, me distraería más pero no, si quiero vallenato, tome amigo todo el vallenato de la historia, si quiero salsa, toda la salsa en el otro lado, entonces tengo que estar un ratito de salsa y luego salto al otro lado, pero hay cosas que no encuentro, ya no hay programas de concursos, ya no hay grandes orquestas de otros tipos de música, ya no hay dramatizados ni radionovelas, o sea a mí me gustaría que se rescataran otro tipo de cosas en la radio, pero hoy en día la cosa es tenaz, los noticieros duran 24 horas. *Caracol* tiene una cosa que se llama 6:00 A.M. y 6:00 A.M. empieza a las cuatro de la madrugada, o sea que ni siquiera por ahí y de cuatro a 10 de la mañana son seis horas de tragedias, de secuestros, de bombas, de muertes, de corrupción, de política, de la cárcel, de la Fiscalía, no, es terrible, es terrible, a qué horas respira la gente, denle un chancecito a ver si respiran o si no que apaguen el radio y no oigan nada. Yo oigo mucha radio en el carro y oigo las tragedias, llegan por la noche a su casa y bueno, veamos algo en la televisión y qué dan, todo lo que ya oíste en la radio y te agregan unas cuantas tragedias de último momento y se acaba el noticiero y te meten *El Cartel de los Sapos*, a qué horas la gente respira, dime la verdad, un poquito de oxígeno, aire, qué hago, no puede ser, otras cosas, entonces la cosa podría ser más equilibrada. Yo en el teatro no montaría una tragedia

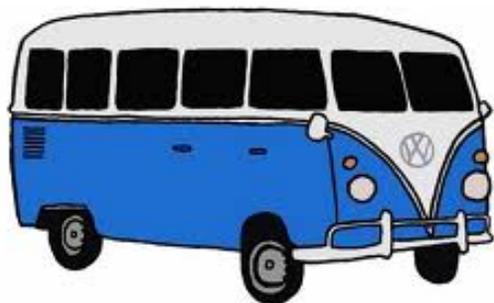
griega para que la gente vaya a llorar después de todo eso y yo oiga en el escenario sollozos y llantos y el que mató a la madre y el hijo y tal cosa y el puñal y la sangre, yo no porque siento que vivimos un momento en que mi obligación es, sin demeritar a nadie y sin depreciar nada, mi obligación ahora es darle a la gente dos horas de risa para que se vayan a la casa a dormir con una sonrisa y entonces yo creo que estoy contribuyendo a darle a la gente una posibilidad distinta a la lágrima.

*Hemos hablado un poco de las cosas que no le gustan de la radio, de qué le gustaría que le hablaran o que se tratara la radio...*

**CM:** Es muy difícil contestar a esa pregunta por lo siguiente, porque sería el gusto mío, particular de una persona, a mí me encantaría que me hablaran de golf, que me hablaran de teatro, que me hablaran de autores, de los grandes espectáculos que se hacen el mundo y por eso es que yo hago tanto énfasis en la radio variada, porque que le hablen a uno de todo, que le hablen a uno de yerbas, qué yerbas son buenas para el dolor de estómago, hay temas muy populares, hay gente que hace negocio con eso, que tienen consultorios hasta piratas, no?, que se hicieran cosas con una mayor calidad, con una base científica, pero que le hablen a uno de medicina, de investigaciones, de los últimos descubrimientos, de medicina natural, de medicina tradicional, de o sea, temas hay muchos, de cultura general, hay cosas muy atractivas, o sea que sea una radio que muestre muchos aspectos, hay cosas que a mí en particular me gustaría oír, pero la radio no puede ser hecha con base en el gusto de una persona, sino que tiene que tratar de conciliar a muchos, por eso tiene que tener una parrilla muy variada.

*Y si existiera un programa ambientado en la época en que actuaste en radio, con concursos, una radionovela y música de la época, ¿lo escucharía?*

**CM:** Me parecería maravilloso, maravilloso, recrear eso, es traer al presente un recuerdo que fue muy importante para mucha gente, para mí que de alguna manera lo viví, para las personas que los escucharon, para las personas que estuvieron en los sucesos a los que haces referencia, si hablas de lo que ocurrió, las efemérides, por qué tienen tanto éxito las secciones de hace 50 años o de hace 25 años o de un día como hoy, y todo esto, eso le trae recuerdos a mucha gente o le ilustra a mucha gente que no lo vivió, me parece atractivo e interesante, situarse en una época determinada y recrear lo que pasó, y todo el estilo y la forma y como se hablaba, me parece que a mucha gente le va a parecer extraordinario.



**ARTURO ARBELÁEZ (CONSULTOR)<sup>34</sup>**

*Como le comentaba, esta entrevista es para mi trabajo de grado. El tema que estoy trabajando en él es, un poco, el tema de la evolución de la radio en Colombia. Y como usted sabe tanto, quisiera que comenzara hablando de usted, pero en particular, sobre cómo llegó a la radio, siendo que no es comunicador o periodista de profesión. Entonces cuénteme eso...*

**AA:** Te voy a contar hasta este momento, hasta ahora. Realmente, esta mañana cuando estábamos haciendo un curso aquí en la oficina, uno de mis socios le dijo a mis estudiantes la radio no es como cualquier otra actividad, la radio es una cuestión de pasión, entonces quizá uno tiene pasión por la radio desde muy pequeño y esa pasión es la afinidad, qué quiere decir afinidad, que todo lo que se hace en la radio te llama la atención, que todo lo que no hacen bien en la radio es objeto de crítica, que todo lo que se hace en la radio es objeto de ser mejorado...esa pasión te la da posibilidad de investigar

---

<sup>34</sup> La entrevista que se presenta a continuación fue realizada el 15 de mayo de 2010 al consultor en comunicaciones y profesor de la Universidad del Rosario, Arturo Arbeláez (seudónimo). Con esta entrevista se busca ahondar, desde la perspectiva de alguien que ha estudiado a los medios, en las causas de la evolución de la radio en Colombia. Además, el entrevistado es especialista en lo que muchos consideran será el lugar de donde se escuchará radio masivamente en el futuro: la Internet. La radio por Internet es una de las posibilidades comunicativas de las que se están valiendo muchas empresas, académicos y comunidades para expresarse. Esta particularidad de Arbeláez hizo que la entrevista, que tenía la intención de ser orientada como la anterior, se desviara por un tema del que no muchas personas pueden hablar.

en otros campos, cómo están haciendo en otros países, la radio, cómo la estamos haciendo en Colombia y compararla, a pesar de que uno sea muy chiquito. Entonces cuando yo era pequeño, era súper-fanático de la radio, me gustaba oír mucha música, baladas, grupos de rock and roll y esas cosas, yo recuerdo que tenía unos nueve años cuando yo pensé que se podían hacer cadenas especializadas en las emisoras. En aquella época no había cadenas especializadas de emisoras, que sobre los noventa o a mediados de los 80 salieron cadenas especializadas en las emisoras, especializadas en deportes, conectadas con todo el país, especializadas en música, conectadas en todo el país...yo cuando tenía 8, 9 años ya estaba pensando en eso, porque decía, hay una necesidad, yo no decía, hay una necesidad de comunicación, sino había una necesidad de estandarizar a las emisoras para que le llegara a mucha gente. Por ejemplo, yo me preguntaba por qué aquí en Bogotá no transmitirán beisbol, si el beisbol es un deporte tan bonito que puede gustarle a la gente, siendo que no soy de la costa, sino del interior, por qué no lo transmiten...yo no entendía que no había tanta audiencia en Bogotá como para transmitir el beisbol, pero sí había audiencia para transmitir el fútbol, y esas son un poco las reglas con las que funciona la radio en cualquier medio. Entonces ese espíritu de trabajar en la radio me llevó en mi infancia, en mi adolescencia, a experimentar, a buscar, la posibilidad de trabajar en algún medio como la radio. En aquella época era muy complicado, en los 70's, igual que ahora, donde están los mismos gurús de la radio de hace 30 años, trabajando en el medio. Entonces, conseguir un espacio para poder trabajar era muy complicado. De hecho, los fines de semana yo me iba a los pueblos cercanos a Bogotá, digamos, Fusagasugá, era un centro muy especial para mí porque allí yo llegaba tranquilamente y yo les

decía que a mí me gustaba la radio, que yo me estaba inventando estas cosas, y el dueño de la radio me permitía trabajar en su emisora por algunas horas.

*¿Cuántos años tenía ahí?*

**AA:** Yo tenía 16 años. Entonces en las vacaciones me iba y esa era la posibilidad de practicar. Después, cuando fui creciendo, ya por relaciones fui buscando personas de la radio que me permitiera ir a los estudios, y si no salía al aire por lo menos practicaba en los estudios de producción, para ver cómo será el trabajo en la radio. Pero como empecé, eheh, en aquella época, no es una época muy lejana, mis padres me decían, la radio como la actuación, como ser periodista eso no da dinero, y usted va a tener una vigencia muy corta, entonces, métase a estudiar una cosa, yo le voy a pagar para que se meta a estudiar otra cosa. Yo no digo que haya sido un error, yo estudié ingeniería de sistemas, entonces me fui a estudiar ingeniería de sistemas, antes de terminar la carrera, me presenté en una compañía multinacional, estaba quizá faltándome dos semestres, me contrataron en esa organización, la organización me mostró lo bella que es la vida, una vida que no había conocido, una vida de viajes, una vida de importancia, una vida de ejecutivo, una vida donde tu creatividad vale y te la pagan, entonces yo hice a un lado [gesto de apartar una cosa de otra] la radio y me dediqué a mi carrera profesional. Sin embargo, en las organizaciones en las cuales trabajé era el que organizaba los eventos, las presentaciones, y tenía un gran don para enseñarle a la gente, de tal manera que estábamos en el nacimiento de los computadores personales, los computadores de escritorio, había unos descendidos de los *mainframe* y yo era el que tenía

la facilidad de comunicación para transmitirle a la gente ese lenguaje técnico a un lenguaje más sencillo y que la gente comprendiera. Cuando llegaron los computadores aquí a Colombia, Laura, la gente tenía el temor de manejar un computador.

*En qué época fue, más o menos...*

**AA:** Digamos que fue en el año, a mediados de los años 80, eso fue en el año 85, ya cuando llegó la masificación de los computadores, entonces yo estaba terminando mi carrera y en ese momento, pues, encontré que tenía un don para enseñar, de poder codificar cómo es un computador y hacerlo más sencillo a la gente. Y fíjate que eso es lo que proponen todos los que trabajan con tecnología hacerlos más accequibles a la gente, incluso a los niños, los niños son muy prácticos para manejar los productos de tecnología que los adultos, por qué porque hubo alguien que les tradujo el lenguaje.

*Y luego que pasó tu carrera...*

**AA:** Yo seguí trabajando en la empresa privada, lejos de la comunicación, pero de cierta manera vinculado porque tenía a mis amigos en las comunicaciones, tuve un fallido matrimonio con una comunicadora social que también se volvió ingeniero de sistemas después, y eso me hacía ver cómo estaban evolucionando las comunicaciones. Entonces un día un amigo, que no lo conociste que estaba esta mañana aquí, me dijo, nos sentamos, nos fuimos a una emisora, te estoy hablando también de finales de los 80, se llamaba “Caracol Estéreo”, que es la “W” hoy, esa estaba ubicada en la carrera 13 con calle 49, y yo me senté, ya estaba trabajando en una

compañía multinacional, me senté en una cabina de radio a ver cómo hacían, cómo montaban las cuñas, cómo subían los programas, cómo subían la música, y a mí me parecía muy rudimentario, todo era manual, Laura. Quiere decir que había un *longplay*, un disco grande, que tenía trece temas y tú tenías que coger la aguja del tocadiscos y buscar dónde tienes que ponerlo, devolver el disco o sea retroceder las notas musicales, para que arranque de cero y no arranque patinado, y tenerlo ahí agarrado mientras el locutor te daba paso a ti como operador para que pasaras la música, primera cosa, cómo colocaban los discos. Segundo, cómo ponen los comerciales, entonces eran las carretas, unas caseteras de cinta abierta que tenían un sinfín, quiere decir que cuando llegaban al final se rebobinaban automáticamente de manera que cuando acabara empezara de nuevo el comercial y eran unas caseteras de unos 20 cm de anchas que las metían en un hueco, en un aparato, y las ponían a rodar. Por un lado el operador tenía su disco, teniéndolo para no soltarlo antes de tiempo, mientras se tenía abierta la cuchilla, en el momento en que el locutor hablara, y tenerlo listo para mandar las cuñas. Si eran cinco cuñas tenía que tener una casetera, que aguantaban tres, tres aparatos de tres casetes para soltar las cuñas, de tal manera que si era una serie de 20 cuñas tenía que sacarlas muy rápido para meter las otras, tenerlas organizadas secuencialmente en una mesa, era un trabajo complicadísimo.

*¿Y eso era a finales de los 80 también?*

**AA:** Era a finales de los 80. Entonces yo me salí de la emisora y nos fuimos a una cafetería de al lado y le dije a mi amigo, esto es muy fácil, se hace un programa de computador, se sube todo al computador, se graba, e inclusive hay que mirar a

ver si se puede hacer un lenguaje que convierta la música y se pueda subir a un computador.

*¿Y entonces qué pasó, desarrollaron algún programa?*

**AA:** Pues, pasaron los años y yo nunca tuve tiempo, siempre fue una idea. Ya cuando fui independiente, mi amigo en las conferencias siempre decía que uno no tiene que limitar, ni cercenar la creatividad, mi socio alguna vez propuso eso. Nos hubiéramos hecho muy ricos si nos hubiéramos sentado a diseñar el programa, que ya a mediados de los noventa se convirtió en el hit de la comunicación, todo se subía al computador, de tal manera que ya el operador desapareció, de tal manera que la persona encargada de la comunicación, que era el locutor, hacía también la parte de la producción al aire y así es como funciona y ustedes lo saben perfectamente. Todo se monta al computador, automatizado, y el operador casi que hace simplemente la función de comunicador. Entonces te puedes dar cuenta cómo el simple hecho de observar un medio te puede dar la posibilidad de crear estrategias de manera que el trabajo se vuelva más fácil. Contemporáneamente con ese trabajo yo estaba observando cómo funcionaban los medios y cómo estaban decayendo las emisoras en A.M. también por la tecnología en cierta manera, pero también por los contenidos. Y digo que en los noventa también hubo una cosa que me tocó, yo ya estaba decidido a ser independiente, estaba decidido a salir de los negocios que había manejado para meterme en lo que me gustaba, me hizo meterme más a fondo en la situación de los medios y qué era lo que pasaba en los medios, empecé a escribir artículos sobre lo que ocurría en la radio, en la televisión, empecé a hacer consultoría al ser independiente, hice algunas consultorías en

la Universidad de la Sabana para la carrera de Comunicación Social, ellos estaban haciendo una especie de homologación para los alumnos que estaban de intercambio, es decir que si afuera iban a venir a hacer un tiempo de uno o dos semestres, pues había que tener unos estándares internacionales para que los de afuera pudieran venir acá y lo mismo los colombianos que iban a estudiar fuera, para que todo funcionara bien en la homologación del tiempo que iban a pasar fuera también les sirviera y encontré que también había un problema de medios. Luego me enfoqué en el trabajo de consultor en las investigaciones de todos los estudios que salen de medios, qué tanta certeza tienen esos estudios, qué de cierto tienen, cuál es el efecto que tiene ese estudio sobre los medios, entonces encontré que los dueños de los medios no creían en los estudios, sobre todo en los pequeños, que no tenían tanta figuración, pero que tenían una audiencia cautiva muy pequeña, interesada en mantenerse sobre esa audiencia, de tal manera que los estudios a ellos no les interesaba tanto como para manejar la pauta y eso, no les interesaba, por el contrario, los desvirtuaban. Pero a mí el estudio me llevó a ver que, efectivamente, eso que se hacía servía muchísimo y era una herramienta maravillosa para cambiar la proyección del medio, para llegar a más personas.

*¿Entonces tus consultorías eran sobre diferentes aspectos de la comunicación?*

**AA:** Exactamente. Entonces qué pasó, vino el siguiente trabajo que era la concientización de los dueños de los medios pequeños y medianos de que era necesario consultar estas herramientas y el uso de estos estudios para mejorar sus estrategias para llegar a más oyentes, y tener más audiencia. ¿Por qué razón? Porque no se puede desperdiciar toda la

herramienta comunicacional que te da la radio solamente en un estrecho porcentaje de oyentes, ¿cierto? Además, la radio es la que puede ir más lejos. Las ondas permiten que llegues más lejos, no tienes que hacerlo con mucho esfuerzo. Puedes hacer una comunicación pequeña, bien organizada, pero le puedes llegar simultáneamente a muchísimas personas, ¿cierto? No tiene los costos que tiene la televisión, pero ¿la gente que quiere de la radio? Eso no lo sabían los dueños de los, los, la gente no sabía. Ellos siempre pensaban que era lo que yo como dueño de medio me inventara se lo tenía que meter a la fuerza a las audiencias y las audiencias finalmente tenían que aceptar que lo que estoy dándoles de comunicación es lo que se necesita [comunicación como una propiedad]. No, en esa época empezamos con nuestra capacitación a cambiarle el concepto a la gente, hay que estudiar a la audiencia y preguntarle qué le gusta, qué quisiera tener, para hacer contenidos que les llegue y esos contenidos son multiplicadores, atrae más oyentes, pero atraer más oyentes qué significaba, tener también más clientes. Si tú tienes una buena cantidad de clientes, una buena calidad en el contenido tus clientes van a querer hacer negocio contigo, con tu emisora y van a permitir que haya un sostenimiento mejor, si hay un buen sostenimiento yo como dueño puedo ganar más, pero además, puedo pagarle mejor a mi gente y mi gente puede hacer un mejor trabajo, incluso, puedo ampliar mi comunicación. Esto fue bien complicado, pero se empezó a lograr a finales de los años noventa.

*Y eso fue lo que hiciste en comunicación o qué más...*

**AA:** Pues, dada la capacidad que yo logré almacenar, de conocimiento en las investigaciones que hice en los años 97 y

2003, me logré consolidar como observador de medios, entonces eso me llevó o me ha llevado a muchos lugares del mundo a hablar de la comunicación, básicamente y específicamente de la radio que es lo que manejo. Y me ha llevado a cosas tan interesantes como ser un adalid en este momento en la radio por Internet, muy interesado en que la gente cambie ese concepto tradicional porque nosotros vamos hacia el desarrollo de nuevas tecnologías más económicas tanto para quienes emiten la comunicación radial como para quienes reciben la comunicación radial. Difícil para que la gente lo entienda, pero todo es proceso. Saber que lo que tú estás enseñando, lo que le estás planteando a la gente, lo que la gente está recibiendo ha tenido una muy buena aceptación y a multiplicado su estrategia comunicacional, es decir, está llegando a un nuevo nicho.

*¿Y de qué se trata esa estrategia o ese proceso que debe implementarse?*

**AA:** Yo le digo a mis clientes hoy la Internet no la conoce mucha gente, no la conoce mucha gente digo la radio por Internet porque no hay un sistema de masificación que haga que la gente acceda a ese tipo de comunicación. Pero los gringos, que siempre están inventándose cosas, a la par se inventan ese producto y han pensado que con ese producto hay que desarrollar otro que también nos puede dar una capacidad de sostenimiento en el futuro, ¿qué quiero decir? Cuando alguien vio que podíamos implantar la radio por Internet, alguien estaba pensando al otro lado que para esa radio íbamos a necesitar un receptor especial para que la gente lo reciba en su hogar sin necesidad de estar conectado a un computador y es lo que estamos viendo. Ya hay masificaciones en EE.UU. de las radios que reciben radio por

Internet. Entonces, ya tienes señal de A.M., de F.M., onda corta y de Internet. ¿Qué pasa en un país como Colombia? Bueno, la idea es que masifiquemos las redes para que el acceso a Internet sea más fácil, entonces eso se pueda masificar. Hace un año yo consultaba unas revistas de radio que me llegan a mi oficina del exterior, un receptor costaba entre US\$ 300 y US\$ 700 para radio tamaño mediano digamos de unos 25 cm por unos 10 de ancho. Hoy que te estoy hablando 15 de mayo, encuentras muchas páginas de Internet donde tú encuentras receptores desde US\$ 50. ¿Qué quiere decir eso? Que si se masifica la venta de esos receptores toda la programación que va a salir de Internet la gente va a poder escucharla desde su casa. Ahora, los carros de marca Toyota que están llegando al país de alta gama ya vienen con radio A.M., F.M., y radio por Internet.

*¿Y en qué consiste la radio por Internet? ¿Es diferente a la radio convencional?*

**AA:** Pues te contaba y es que de ahí nació otro problema, hombre es que la radio por Internet es simplemente la copia de lo que estamos sacando al aire en una emisora. No señores, aquí hay que volver a analizar el discurso de la audiencia. ¿Cuál es la audiencia que está trabajando por Internet? ¿Es la misma audiencia que está escuchando radio abierta? ¿Es la misma audiencia que está viendo televisión? No. ¿Entonces qué tienes que hacer tú? Hacer un estudio concienzudo de qué quiere la gente que escucha radio por Internet, por qué esa gente estudia, por qué esa gente escucha radio por Internet, qué hace...

*Y quiénes son...*

**AA:** ¿Quiénes son? Son jóvenes, son adultos, son personas mayores, ¿cierto? Son desempleados, que yo diría que no son desempleados porque no tendrían la capacidad de pagar mensualmente una conexión a Internet, en este momento en un país donde no se ha masificado, donde el negocio todavía es tener la suscripción de Internet para que las compañías prestadoras del servicio se llenen de dinero. Cuando se ha masificado, cuando el dinero se distribuya más homogéneamente para todos los que están metidos en la torta del negocio, seguramente la masificación hará que cualquier persona pueda entrar a consultar Internet. Que es un sueño por ejemplo que Álvaro Uribe siempre haya tenido, que ahora lo tiene el candidato del partido liberal Rafael Pardo, que él dice que es muy barato masificar, que el gobierno puede meterse la mano en el bolsillo para masificar esa señal, pero no, primero había que masificar la banda ancha, que había sido la bandera de la anterior ministra de comunicaciones, de la señora Guerra, y logró hacerlo, ya todo el mundo habla de banda ancha cuando todo el mundo antes hablaba de una simple conexión a Internet, nos crearon la necesidad de entrar en ese nicho de mercado, ya hay mucha gente, diría yo el 90% de las personas que tienen conexión a Internet están en banda ancha, si no es que son más, y así ha venido la masificación, y volviendo a los contenidos de Internet, señores no es lo mismo hacer radio abierta, que radio por Internet, porque mi audiencia es diferente, qué hace mi audiencia en Internet, aquí es donde tú como consultor tienes una visión de sortear las audiencias, cómo se mueven, uno dice, hombre, la gente quiere una radio donde sea más participativa para ellos, [indica como si se tratara de diferentes puntos en un monitor de computador], donde la gente se pueda meter, descargar los

contenidos, que puedan subir sus contenidos, que sus contenidos sean radiados en esa emisora, donde ellos puedan ver sus artistas detrás de un micrófono, trabajando, donde todo lo que quieran hacer lo puedan hacer sin ninguna limitación, una radio integral donde la gente pueda entrar casi a comprar el pan, teóricamente.

*Ajá...*

**AA:** Eso es lo que le gusta a los jóvenes, porque también descubrimos que los mayores de 45 años no es tan asidua de la radio, la escucha simplemente entra porque se lo cruza una vez por el camino, una vez entró por Internet, hizo click, le sonó una radio, le sonó bonita, alguna vez un amigo le dijo mire usted puede entrar a Caracol Bogotá desde Internet, hacer link, y él dice ah maravilloso, ya no tengo que prender la radio, pero no están explotando al máximo la tecnología como sí lo hacen los jóvenes.

*Entonces la radio por Internet es una radio joven...*

**AA:** Sí claro. Tenemos, por ejemplo, en la radio por Internet oyentes desde los 16 años, de 25 a 35 años, que hacen de todo, con una gran ventaja, que pueden estar haciendo su trabajo normal y estar explotando las posibilidades que le da la Internet, pero si tú no le das una página amigable, una página que le permita hacer todo lo que él necesita, no va a tener repercusión esa radio, porque radio por Internet puede hacer cualquier persona. En una entrevista que me hizo Colprensa hace unos dos meses, me preguntaron que cuántas estaciones de radio por Internet podría haber en Colombia, yo le dije que pasábamos de las 11.000 emisoras por Internet, pero son

muchas, mire, empecemos a contar que radios abiertas en Bogotá hay 76 emisoras, de las 76 emisoras hay aproximadamente 18 comunidades cristianas, que tienen radio abierta en A.M., que es un dato que también te pasé la semana pasada.

*Sí, lo recuerdo, pero cuéntame más sobre el resto de las emisoras.*

**AA:** Bueno, aparte de esas 18 emisoras cristianas, debajo de esas 18 ponle que hay ponle 3.000 iglesias que han hecho su radio por Internet con un costo muy bajo, digamos que invierten \$ 4.000.000, compran dos o tres micrófonos más o menos, no hacen una cabina de producción, cierto, compran un buen computador, van y se compran un programa en Unilago pirata lo montan, tienen todas las herramientas, simplemente compran el dominio, compran el hosting y salen al aire por Internet, pero, de esas 3.000, yo quisiera saber si esos contenidos están llegando al público al que se dirigen, ¿están llegando? Seguramente que sí o muy seguramente como yo lo he pensado, lo he analizado, no. Porque el hecho no es tener una radio por Internet, sino tener un producto que llegue a muchas personas, que les pueda ayudar a resolver sus inquietudes no solamente la parte comercial. 3.000 iglesias cristianas, 3.000 iglesias católicas, cuántas universidades, siempre que nos vamos al ámbito universitario tienen su radio por Internet. Vamos a los colegios que antes habían experimentado las radios de los colegios, que salían solamente por sus colegios, ahora pueden salir a la red y pueden sacar sus contenidos.

*¿Quiénes más tienen radio por Internet?*

**AA:** Pues, así como tú lo ves muchas empresas tienen radio por Internet. Colombia ha de tener alrededor de unas 400.000 empresas pequeñas y medianas, digamos que de esas 400.000 tan sólo el 10% pudieran tener radio, yo creo que por ahí podría pasar la cuenta, sería 40.000. Digamos que no es el 10% sino el 1%, 4.000; 4.000 más 3.000 más 3.000 dan 10.000, todas las que encuentres por ahí colgaditas. Qué quiere decir que te da la posibilidad de ese medio de Internet de hacer una estrategia comunicacional a través de una radio, y es muy económica. Si queremos ver la radio abierta en el mundo, se han hecho estudios, se dice que hay 33.000 emisoras, en todo el mundo 33.000 emisoras abiertas. Comparadas con las otras 11.000, 15.000 o 20.000 que hay en Colombia, quiere decir que el auge de la radio por Internet va a ser más fuerte, que la radio abierta. Pero nuestros estudios, ¿a dónde nos han llevado más adelante Laura? Allí la pelea va a ser por contenidos. En este momento se está estudiando que la pelea en la televisión va a ser por contenidos, de hecho cuando iba a ser la licitación del tercer canal, algo que frenó la licitación es que las personas que estaban anunciando para el tercer canal decían “hombre, usted no me puede a mí exigir que cambie los contenidos y permitir que sólo gente de RCN y Caracol tengan sus novelas a las 8 de la noche, mientras ellos están haciendo novelas, yo estoy haciendo dramatizados, no, la ley de juego debe ser igual para todo el mundo”.

*Sí claro...*

**AA:** Pero la idea es que si los del tercer canal tuvieran una mejor estrategia podrían tener más audiencia que los de

Caracol y RCN porque yo no creo que los colombianos se tengan que limitar a esos contenidos que solamente entretienen, pero que no le dan sustancia a la persona. Y cuando la gente piensa en contenidos que puedan servir, piensan en contenidos que puedan lograr batallar para conseguir rating.

*Y a qué se debe esa carencia de contenidos en radio, que usted veía desde niño, o por los que se inquietó desde pequeño...*

**AA:** Ok, hay que hacer un paréntesis aquí para decir que la radio tuvo una crisis muy fuerte en los años 90, la radio, la publicidad, todo lo que tenía que ver con comunicación tuvo una crisis muy fuerte. La misma economía, pero el sector de la economía donde más se vio fue en los medios de comunicación. Esa crisis vino primero en Argentina, pasó a México con el “Efecto Tequila” y todo eso, la pérdida del valor del yen en Japón generó una situación económica, no tan grave como la que pasamos el año pasado, pero sí fue fuerte y afectó a los medios. Y cuando te digo que afectó los medios era que tú por ejemplo contratabas a un locutor que tuviera una buena voz, que te hiciera una cuña te cobraba mensualmente por cuña que te hacía de 30 segundos, te estoy hablando de, también a mediados de los 90, cerca de \$ 1.200.000, fíjate que un \$ 1.200.000 del año 95 a hoy serían fácilmente \$ 4.000.000 por una cuña de 30 segundos. ¿Qué pasó? Que eso hacía muy costoso el trabajo de comerciales de la radio, el trabajo de publicidad en la radio. Una agencia de publicidad que te trabajaba para hacer un plan de medios para sacar un producto en la radio, te podía cobrar fácilmente 400, 500 millones. Por lo tanto, eso hacía que, tú como empresario, para hacer esa inversión, tuvieras que cobrar más

por ese producto para poderlo vender porque estabas pagando algo de inversión en publicidad que era muy alta. Entonces los productos eran muy altos. Si bajo a estratos más pequeños, un corte de pelo en esa época te costaba \$ 12.000, cuánto vale un corte más o menos pobre en esta época, 4.500 pesos. Entonces fíjate que todo estaba súper-dimensionado.

*Sí...*

**AA:** Al afectar eso la radio, qué pasó. Los talentos que estaban en el medio tenían mucho dinero, había muchos talentos, la radio estaba llena de talentos, había, digamos, gente que trabajaba en deportes en Caracol o RCN, ese *staff* de deportes fácilmente al aire eran unas 15 o 20 personas. Abierto a las ciudades, personas destacadas que tenían una influencia en el lugar y esa persona tenía 3 o 4 personas detrás o sea multiplica cada ciudad, 22 ciudades por 5, te da más de 120 personas para un área solamente de deportes. Si hablamos de la parte informativa era exactamente igual y todos ganaban un buen sueldo porque la publicidad daba para eso. Se cobraban altas tarifas de publicidad se le podía pagar a toda esa gente. Cuando viene la crisis, los primeros damnificados son los que tenían emisoras en A.M., pero no podían sostenerlas y las emisoras en A.M. generan problemas económicos por el costo de la luz. En esa época no habían transmisores de estado sólido, hasta ahora estaban empezando a llegar, que son unos transmisores que funcionan con unas celdas que economizan, esos transmisores eran de tubos como los viejos televisores de tubos que nosotros no conocimos, pero que gastan muchísima energía. Y entre más lejos quisiera yo mandar la señal, más potencia tenía que tener el transmisor y más energía tiene que consumir. Piensa en un

carro que tú lo pones a subir la Línea y va cargado con muchas personas, tienes que trabajarlo con primera y segunda y eso te genera más gasto de combustible, así eran los transmisores de esa época. ¿Entonces qué pasó? La gente que tenía 5, 6 emisoras en A.M. tenía que ver qué hacía con las emisoras porque no podía pagarle a toda la gente, a todo el talento y no podía dejar a las emisoras poniendo música todo el día porque no producía, había que pagar la luz, los servicios, había que pagar Ministerio de Comunicaciones, había que pagar Sayco y Acinpro, entonces había que hacer algo y aquí viene el problema del degeneramiento de los contenidos. Se hizo un cabildeo en el Congreso de la República para permitirle a la gente, que no podía hasta esa época entrar en la radio, que entrara. Y cuando digo cuál era la gente que no podía entrar en la radio era número uno los que no se habían graduado de periodistas o los que no tenían un título profesional requerían de una licencia para poder hablar en la radio. Entonces se hizo un cabildeo y se sacó esa licencia. Había cosas como que decía que brujos, sortilegos, adivinadores, no podían estar en los medios de radiodifusión colombianos. Se hizo un cabildeo y entonces le quitaron el no para decir “los brujos, no sé qué, pueden estar en los medios de comunicación”. ¿Por qué? Porque los brujos se convirtieron, en el sentido amplio de la palabra, se convirtieron en los que mantienen los productos radiales a cambio de la compra de sus productos.

*Ellos tenían plata para sostener la radio...*

**AA:** Y la tienen. Ellos por sus negocios tienen la posibilidad de ingresar en el medio. Pero qué contenidos te están dando ellos. Hay mucha gente que ha peleado, que dicen que han

perdido propiedades, que han muerto oyentes por las cosas que les dicen que tomen, etcétera, etcétera. Entraron las religiones, la religión católica que siempre ha tenido posibilidad de entrar en los medios ya empezó a entrar más abiertamente, un nicho nuevo que no estaba nada preparado, pero absolutamente nada preparado, pero que también tenían dinero, las congregaciones evangélicas, entran a los medios, y entraron comprando las emisoras o rentándolas. ¿Pero ellos sabían del lenguaje radial? Ahora como yo te estoy hablando a ti es un lenguaje coloquial.

*Sí...*

**AA:** Pero la radio tiene unos elementos diferenciadores de la televisión y ahora de los medios electrónicos, ¿lo sabían? ¿Sabían qué querían las audiencias? ¿Lo sabían? No lo sabían. Entonces ahí nace la radio facilista, a mediados de los años noventa. La radio que hace que los que no tienen ni idea de la radio se inventen cualquier cosa, expertos en encantar serpientes y lo saquen en el medio porque ya tienen una cierta audiencia cautiva y los medios tradicionales, que ya no pueden pagar a esos grandes artistas el dinero que se ganaban y que necesitan hacer un producto más o menos para entretener a la gente, que no necesite de una gran investigación, que no nos haga perder tiempo, sino que hagan cosas rápidas ojalá gente que maneje bien la comunicación oral y que se siente frente a un micrófono a decir cualquier cosa, no importa que le sirva o no le sirva al oyente, entonces vino la degeneración de la radio, por los contenidos. Y esa degeneración se trasladó muy rápidamente por ejemplo a los contenidos juveniles.

*¿Y en qué forma?*

**AA:** Pues, en la radio juvenil a los muchachos les pareció muy interesante hablar de todas las cosas que nunca habían podido hablar, ni siquiera en su casa. De las aberraciones que sufrían, de las relaciones que tenían, de los sueños que tenían, que no eran los sueños que tiene un ser humano normal, sino los sueños de aberraciones que querían cumplir, y se volvió un boom en la radio y hasta hoy, ha habido cierta censura, de gente que se ha opuesto, esos contenidos están viviendo, pero yo digo, si nosotros somos comunicadores, siempre lo he dicho, se lo he dicho a mis estudiantes, lo digo en las conferencias que dicto, se lo digo a los dueños de medios, si nuestra función es vender contenidos basura, pues no estamos haciendo nada, porque eso finalmente repercute en las audiencias y en la sociedad, eso repercute en la construcción de la personalidad de la gente, de los grandes, los pequeños, donde un valor se está pintando como un antivalor, ¿cierto? Entonces aquí no queremos tener ladrones en la calle, no queremos tener abusadas, no queremos tener conflictos en el hogar, pero qué estamos viendo en los medios de comunicación, eso. ¿Tú qué ves en la novela? La novela te vende infidelidad, te vende robo, te vende pasar por encima de las personas porque eso es lo que da *rating*, donde la gente sufre, la gente llora, la gente es lastimada, y la gente se identifica con eso. Pero eso fue lo que le enseñamos a recibir a la gente. Si nosotros enseñamos una conducta diferente a la gente, así nos tardemos 6 meses o un año, que nos arriesguemos a cambiar ese sistema de comunicación vamos a tener más éxito. Y estamos enseñándole a la gente, no estoy diciendo “quiten novelas”, no estoy diciendo “quita los programas de entretenimiento que hay en la radio en este

momento”, sino que estoy diciendo enfócate en una comunicación diferente y vas a tener mejor resultado en la sociedad como tal y eso es lo que no hacen los medios. Entonces, para terminar de responder tu pregunta, ahí llegamos a los contenidos facilistas, donde yo puedo contratar a un periodista de mediana experiencia con un dinero bajo, y que me haga lo que mejor pueda, ojalá que sea simpático, que sea atractivo, que tenga cierto carisma así lo que comunique no sea tan importante, pero que entretenga a una audiencia y que de cierta manera se ha subvalorado a la audiencia.

*¿Por qué? ¿Qué quieres decir con eso?*

**AA:** Pues porque ahora, en estos momentos, los oyentes te dicen “yo no escucho la radio”. La radio dejó de ser lo que era hace un tiempo o si tú eres una persona más joven entonces dices “mi papá me dijo que la radio no era tan buena como solía ser y ahora es un desastre”. La semana pasada salió un estudio de una revista, ¿te acuerdas que te mandé el link?

*Sí, Arcadia...*

**AA:** De Arcadia donde le hicieron un análisis a los medios religiosos, y hablaban de sus contenidos, de sus promesas, ¿cierto? Que suenan a engaño, de sus contenidos aburridos, de cosas que da la sensación de no querer entrarse, ni enfrentar un medio para escucharlo, porque para qué para escuchar esas cosas que son aburridas, ‘jartas’ y medio presionadoras, que te están obligando a meterte o a ser parte de una comunidad en la que no quieres estar, pero si yo quisiera acceder a esa comunidad o si yo tuviera tendencias de gay o algo así, quisiera acceder a las de LGBT si tuvieran una

excelente comunicación, y yo creo que hoy en día en los medios se les ha dado el espacio porque han hecho una excelente comunicación, que ha hecho que la gente no piense hoy en día que los gay, las lesbianas, los transgeneristas, etcétera, son personas diferentes en la sociedad, y eso lo ha hecho la comunicación del medio.

*O sea que ha sido mejor la comunicación de esas emisoras...*

**AA:** Exactamente y aún más que las que tienen que ver con valores, con principios porque no lo saben comunicar. Entonces, ¿en dónde está el secreto de la radio, de la televisión, de los medios digitales ahora? En los contenidos. Porque cada día tenemos más personas como tú, que tienen dos carreras encima, que cada vez se están preparando más y que no tragan entero acerca de lo que son los medios actualmente y sobre lo que es su función social en la comunicación. Quizá la gente de hacer 40, 50 años atrás no era tan preparada como lo es lo de hoy, entonces trabajaban cualquier tema de cualquier información que les dieran en el medio. Y quiero ponerte este ejemplo y quiero que lo tengas muy presente si vives en un edificio o algo así porque también eso lo he analizado: tú vas a una reunión digamos de la administración de tu edificio, que están entregando las cuentas de ese año y que van a nombrar la nueva administración. Las personas que más se paran y protestan, las personas que más se paran y dan aporte, las personas que más se paran y dicen “yo quisiera que las cosas se hicieran de esta manera”, en el momento de definir quién debe quedar en un Consejo de Administración de ese edificio, son los más votados para que se queden ahí porque son los que han tomado la comunicación, ¿cierto? Y esas personas son capaces de mover

esa masa que está ahí para que tomen una decisión positiva o negativa sobre un tema. Entonces, esa comunicación hace 30 años, era muy factible, tú te parabas en un lugar y si tu lenguaje de comunicación era convincente entonces podías atrapar muchas audiencias muy fácilmente porque la audiencia era impreparada, la audiencia no conocía la globalidad, la audiencia siempre necesitaba de un caudillismo o alguien que los representara porque ellos no pueden representarse a sí mismos, no se sentían en la capacidad, entonces salieron los grandes líderes de la comunicación, que representaban esas masas. Hoy día esos líderes no existen porque si yo hablo de periodistas tan reconocidos como Gossain, Arizmendi, Sánchez, Troya, hay muchos de ustedes que no los conocen, que no saben ni siquiera en qué medios trabajan, siendo que los medios son los más importantes del país, ¿por qué razón? Porque ustedes ya tienen una preparación diferente. La época en la que uno ilusionaba fácilmente a las masas está desapareciendo, el caudillismo está desapareciendo, y en el medio también tiende a desaparecer.

*Pero aún cuando había ese caudillismo y cuando la audiencia era menos preparada, la gente tiene la sensación que los programas de antes eran mejores, ¿qué piensa al respecto?*

**AA:** La radio se convirtió hace unos años en esa universidad que la gente no tiene, y en el colegio al que no han podido acceder por la parte económica. Yo se lo digo a los estudiantes en la clase, hay oyentes que nos escuchan sólo para aprender, porque en los estratos bajos de esta sociedad colombiana no se puede acceder para comprar un periódico, no se puede acceder para entrar a Internet. Tienen el televisor ahí con los canales básicos, aunque no se ve muy bien aunque

en algunos lugares, barriadas pobres de la ciudad tienen los mejores televisores. Pero la radio siempre ha sido su compañera, para la jornada del trabajo diario, y ellos escuchan la radio para informarse, para entretenerse y para aprender. Hay gente que escuchando la radio a ti te habla como si hubiera leído una revista, como si hubiera abierto un libro, o como si hubiera estado en una clase en una cátedra magistral porque todo lo reciben de la radio. Como esos contenidos se han venido perdiendo, la gente ha dejado de capacitarse con los contenidos de la radio, y tú puedes cautivar a la audiencia con un contenido sencillo a través de un formato de magazine, pero le has enseñado algo a la audiencia. Eso ha venido desapareciendo y hoy la gente qué sabe, hoy la gente sabe perfectamente cuál es la faja reductora y saben cuánto vale la faja y cuál es la promoción y que está convencido que esa faja le va a quitar la grasa que tiene en el abdomen o a las señoras las estrías o al que sufre de incontinencia tal producto te sirve porque tiene todos los componentes y hasta te pone a volar...

*[Risas] Es cierto.*

**AA:** Eso es lo que más se sabe por qué es lo que más se comunica en este momento. Pero si alguien te habla de un conflicto internacional no saben por qué es el conflicto. Hace unos 30 años, la gente sabía por qué era el conflicto israelí-palestino, porque había gente especializada en los noticieros que te contaba el origen de esa noticia. Es decir, hoy había un bombardeo de los israelíes a los asentamientos palestinos, había un consultor en cualquier emisora que te decía el origen del conflicto y por qué hoy se están bombardeando. Hoy te dan la noticia y tú tienes que decir, bueno, los camisas-rojas le

están dando durísimo al gobierno y usted tiene que hacerse a la imagen de por qué es eso.

*Entonces las noticias se ofrecen sin un contexto...*

**AA:** Precisamente. Hoy te dicen que hoy va a haber una crisis económica y tú no piensas “bueno, va a haber una crisis económica, o sea que el año que viene va a ser difícil y vamos a tener que apretarnos los cinturones”, pero nunca hay un análisis que diga por qué viene la crisis, cuál es el origen, que la crisis se origina porque hay un problema con los bancos y esos bancos son los que mandan la parada en tal parte, entonces, que te digan por qué, el contexto. Lo mismo se lo digo a los estudiantes. Las bolsas la semana pasada perdieron, digamos la de España, el jueves hace dos semanas perdió 10%, tuvieron que cerrar; al lunes siguiente, el lunes que acaba de pasar, las bolsas ganaron el 10%, la mayoría de los cronistas dijeron que habían recuperado toda la pérdida. Si tú coges una calculadora y haces la proporción, si tenías 100 pesos hoy, y pierdes el 10% te quedan 90, si el lunes te ganas sobre esos 90 el 10%, tienes 99, perdiste un peso o un dólar, o un euro, pero no es lo mismo. Tú le comunicas eso a la gente y la gente está diciendo no pasa nada. Imagínate en grandes capitales perder 1.000 millones de pesos en un día a pesar de que la bolsa se ha recuperado un 10%, pues es significativo, no se lo cuentan a la gente. Hay muchas cosas que no se cuentan porque se ha dejado ese punto de enseñarle a la gente.

*¿Y por qué se ha cambiado esa función de la radio, de enseñarle a la gente?*

**AA:** Ah, porque ahora para los contenidos light, los contenidos económicos, yo no puedo pagarle a un consultor que me hable del origen de la noticia, no hay tiempo, no hay como pagarle, subestimando un poco a la gente, que tenga la necesidad de saberlo. Hay gente en el sur de la ciudad que ni siquiera accede al periódico ADN, que es un periódico gratis, deberían regalarlo también por allá para que la gente leyera, para que empezaran a ver cómo se construye un texto, para que estuvieran actualizados, ¿no? Por allá no llega ese periódico tampoco. Entonces la radio es el elemento número uno. ¿Pero qué pasa? Dan media hora de información, lo demás es el *morning-show* típico donde te hablan de muchas cosas y la gente no sabe si te están hablando de esto y si te están hablando de lo otro, tú estás confundido, entonces has hecho con tus contenidos que la gente pierda la atención en el mensaje que estás dando, entonces la gente simplemente te pone como compañía. La gente, en algún tiempo, llegaba a mediodía a prender la radio a ver qué estaba sucediendo, si tu vienes a mediodía para tu casa en tu carro, que en caso de Bogotá son largas distancias para ir a almorzar, tú prefieres escuchar música suave, pero no escuchas nada, sino hasta llegar a tu casa a ver el noticiero de mediodía que es el que parece que es el más serio para el que escucha la radio. En la tarde es igual, no hay nada de información, hicimos magazines *light*, cierto, los *afternoon-show*, la gente medio recibe información, pero tampoco, es tangencial, porque casi que es a manera de recuento de titular y que se queda ahí. No te enseñan casi nada, hacen humor sobre las cosas cotidianas que pasan en el día, pero la gente no sabe si efectivamente eso es lo que está pasando o no está pasando. Ahora estamos muy en la época *light* donde es muy importante contarte de los artistas, de las modelos, donde la vida de esas personas es

importante, eso es muy importante para el cotilleo de la gente diaria. Entonces esto ha generado que formatos que *TV y Novelas*, se vuelvan productos muy vendidos porque la gente tiene la necesidad de profundizar en esos contenidos, ahí lo encuentras en *TV y Novelas* o en la revista que saca *El Tiempo*. Entonces, vamos más atrás, quiénes son los dueños de los medios, yo hasta dónde tengo que incentivar para que me compren mi producto, si yo todo lo ponga aquí, la gente va a dejar de comprar mi producto.

*Entonces, ¿cuál sería la alternativa?*

**AA:** Pues todo es una cadena y es un círculo, pero ese círculo se está rompiendo porque ellos mismos, los dueños de los medios, han visto cómo ha caído la publicidad en los medios, cómo la gente ya no se atrae por cuentos, sino por contenidos: “qué quiere escuchar usted señor, no yo quiero que me cuenten las noticias, pero que me digan exactamente cuál es el origen porque yo no conozco muy bien el contexto”. “O usted señora, qué le gusta, yo quiero temas en salud, yo quiero música, entretenimiento, que haya radionovelas”, pero que yo me ría, me entretenga, que pueda participar, que pueda llamar en determinado momento, y tú Laura me contestas y no que un señor amargado me diga o peor que ni me pase al teléfono, como sabemos que hay personajes en la radio colombiana que funcionan así. La gente quiere tener ese contacto, tener esa intimidad con el medio, a los que salen en la radio porque finalmente esos son sus líderes, el día que tú no vas a un programa de radio la gente se pregunta, llama y dice “oiga por qué no fue Fulanito” y los periodistas del medio ni siquiera responden, por qué, porque los medios no ha entendido que la gente quiere unirse con sus

protagonistas, porque en la radio los imaginan, los idealizan, quieren que les den un consejo, que les hablen al oído, que les den la caricia positiva, en la radio no se consigue eso. Pero además que los eduquen porque es que la radio colombiana está perfilada para los estratos 1, 2 y 3, allí están la mayoría de los oyentes, un estrato 4 o 5 escucharán unas cosas especializadas pero prefieren sus dispositivos electrónicos, y al estar creciendo ese mercado de los dispositivos, hay que apuntarle para explotar esas audiencias con contenidos y con la parte comercial.

*Pero tú crees que el factor determinante para esa carencia de contenidos es sólo económico o crees que algún otro...*

**AA:** En este momento ya no es económico porque ya se volteó la torta, qué pasa, como ya se está haciendo una radio económica y como ya se están levantando las tarifas de la publicidad, están teniendo jugosos resultados, pero esos resultados hacen que se estén perdiendo las audiencias, quiere decir que si antes tenían 700.000 oyentes, ahora pasan a 400 y sigue subiendo la torta publicitaria porque los clientes tienen que anunciar. Pero los dueños de medios se están dando cuenta que están bajando sus oyentes, los de la televisión se están... y se están trasladando a dónde, a los medios digitales donde pueden hacer lo que quieren, donde pueden escoger los contenidos. Si en Colombia tenemos 11.000, 15.000 o 20.000 radios por Internet, seguramente en otros países tienen un número similar, entonces, ¿yo no podría agarrar contenidos de allí? Si la gente a duras penas puede hablar castellano, no puede acceder a páginas donde hay muy buenos contenidos, pero donde están en otros idiomas, qué quiere decir, que yo tengo que preparar a la gente para que también

puedan acceder a eso, los productores de radio están en la misma situación de las audiencias, entonces tampoco pueden acceder a ese tipo de información para contársela a los oyentes porque no manejan los idiomas, pero en esta globalización de medios donde es importante llegar a lo que saca todo el mundo, todo el mundo saca contenidos y la gente no es simplista para preparar contenidos, los investigan. Porque la gente es como ponerse un vestido para ir a una fiesta, yo quiero hacer lo mejor de mi producto para ponerlo en ese medio. Y hay buenísimos contenidos, esta enciclopedia muy criticada Wikipedia tiene contenidos muy buenos que la gente se sienta a realizarlos, es más la gente que los revisa, que ahora son muy pocos, dicen que lo que revisan son cosas muy bien trabajadas, muy bien estudiadas, y que hacían falta en ese segmento donde estaban aportando. Eso quiere decir que la gente hace los contenidos bien elaborados, los busca, los investiga, y los pone, ¿por qué? Porque quiere contribuir. Casi nadie hace contenidos mediocres porque es posible que no se los publiquen, si le damos la posibilidad a la gente que haga contenidos, la gente subirá contenidos y también podrá disfrutar del trabajo que han hecho otros. ¿Y eso que significa? Muchos oyentes conectados o atentos a la radio, gente que produce gran consumo visual en una pantalla, ese consumo visual me puede permitir poner banners de publicidad que, sin entorpecer la lectura, le atraiga a la gente y que la gente pueda entrar a ese banner, sin perder la comunicación con la radio para saber qué le están vendiendo en ese banner. Entonces, si el contenido es bueno va a haber gente y si hay gente, entonces, va a haber anuncios, que tengan las especificaciones del medio, que no sean invasivos, que vendan lo que tienen que vender y que no saturen a la gente, porque si se satura a la gente, ellos se van y como es tan

grande la red, la gente puede hacer click en otro lado y reemplazar un sitio fácilmente, olvidarlo es más fácil todavía. Lo que tú tienes que hacer es hacer tu radio, mantener tus contenidos y mantener tu audiencia, garantizar que la gente no se vaya ir y ¿cómo? Conociendo los gustos de la audiencia, para ver qué buscan, qué desean, cuáles son sus aspiraciones, mantenerlos, mantenerlos, hacer contacto con ellos, retroalimentarlos, es un trabajo complicado pero ese dinero que se está ganando puede ser para mantener a esa gente.

*¿Y ése es un trabajo que hacer la radio comercial?*

**AA:** No lo hace la radio comercial desafortunadamente. La radio comercial saca sus contenidos, los evalúa cada vez que hay un estudio de medios, generalmente cuando hay un estudio de medios tratan de perfeccionarlos o hacerlos mejor, de tal manera que cuando consulten a la gente la recordación sea de los últimos programas que escuchó y diga “excelente, yo escucho tal emisora, tal programa”. Es más, tú puedes ver que cuando veas en la calle taxis o camionetas con publicidad de medios es porque se aproxima el estudio general de medios [EGM], entonces quieren traer recordación en la gente con la marca, por eso ahora es tan importante los logo-símbolos de las emisoras, digamos *Los 40 Principales* tiene casi que los mismos colores de *La U*, con un número 40, no se necesita saber cómo se llama la emisora o dónde es el dial, sino que ya tienen la referencia que es *40 Principales*, ya sabes cómo es el logo de Caracol, de RCN, pero es para generarte recordación y empiezan a salir en los mercados, en los TransMilenios y todo eso porque se acerca el EGM, como su nombre lo indica estudia casi todos los medios del país, de cualquier índole, y ese estudio pregunta cuál fue la emisora, cuál fue el canal que

vio ayer, entonces es de recordación del último día, pero si lo hacemos mejor con contenido la gente se acordará más fácilmente, pero los contenidos los hacemos a última hora y los tratamos de mejorar cuando estamos en estudio de medios, si no estamos en ese estudio, los contenidos son mediocres, general utilidades porque son baratos, y tenemos a la gente medio cautiva. Cuando esa generación termine, esa generación de 40 años que está escuchando la radio, si no hacemos nada por el medio pueden desaparecer todos esos oyentes. Recuerda que nosotros venimos de una generación donde nuestros padres y nuestros abuelos no tenían televisión, o nuestros padres empezaron a tenerla a finales de los sesenta, pero ellos se formaron con la radio, de tal manera que la radio es su herramienta indispensable. Si ellos se formaron con la radio van a querer a la radio hasta el último día de existencia en la tierra, diferente a ustedes que crecieron con la televisión y ya hay mucha gente que creció con el computador y con la Internet, entonces cuando esa generación de los 60's, de los 50's, incluso principios de los 70's desaparezca, ¿desaparecerá la radio? ¿Nos hemos hecho esa pregunta? ¿Cómo vamos a hacer para cautivar esas audiencias? ¿Vamos a apagar la radio? Teniendo en cuenta que llega la tecnología digital y que va a permitir que la amplitud modulada se pueda convertir en una señal que produzca sonido como un compact disc y [indica con los dedos] por cada frecuencia puedo sacar cuatro señales, quiere decir que en lugar de tener una emisora voy a tener cuatro, necesitare gente preparada para elaborar los contenidos, ¿estare dispuesto a sacrificar esa tecnología para no hacer radio porque se nos van los oyentes? ¿O estamos dispuestos a conseguir los oyentes que podamos para la nueva tecnología que llega? ¿O que esa tecnología sea un puente para la

tecnología de Internet? Yo creo que muchos medios en este país no lo han pensado. Pero hay gente afuera que lo ha pensado porque ese negocio no puede morir. Además, la radio llega a lugares donde no llega Internet, a lugares recónditos y te puedes imaginar las selvas colombianas donde un campesino se demora 4 días para llegar a un pueblo al municipio más grande y poder comprar su mercadito y todo y la radio en esos 4 días es su comunicación. Allá seguramente en 50 años no va a llegar la tecnificación porque no vamos a tumar las selvas para eso, pero un aparato de radio puede llegar allá. Es una forma de llegarle a la gente, a través de un radio.

*O sea que la radio no va a desaparecer...*

**AA:** Esa tecnología no va a desaparecer, la prueba de ello es que la radio se fue para la Internet también y en Internet es imposible que desaparezca. Entonces, ¿Qué vamos a hacer con la radio? Lo que han dicho los grandes gurús de la comunicación, el señor dueño de Telmex está insistiendo que la pelea ahora es por contenidos. Que nos olvidemos por ver quién tiene la mayor tajada, sino que hay que darle a la gente un contenido que llame su atención y con ello vamos a atraer a la audiencia. La televisión tiene que reestructurarse para atraer nuevos televidentes, televidentes que con su poder económico puedan gastar, hay gente especializada que necesitará canales especializados. De hecho, el éxito de canales como Discovery como NatGeo es que son canales especializados que han logrado capturar a esa audiencia que no quiere saber de contenidos normales. Eso ha hecho que la televisión por cable en Colombia se haya masificado y sea casi como un tercer canal. La gente puede pagar tranquilamente

\$36.000 de estrato bajo-medio a alto perfectamente, eso no es un complique y pueden ver una alternativa de canales que con el pasar del tiempo se han venido degradando para que sean más comerciales y se masifique la audiencia. Ya vemos cosas traídas de los cabellos en canales especializados porque hay que llamar la atención, *realities*, porque son lo que más llaman la atención, porque ves cómo se relaciona una persona, qué hace la gente por conseguir un plato de lentejas, por poner un ejemplo, paso por encima de la gente y la gente se identifica con eso. ¿Por qué? Porque los contenidos se nos están empezando a acabar en los canales especializados, las producciones e investigaciones se nos están quedando cortas porque se necesita tiempo. ¿Qué han pensado ahora? Ya nos olvidamos de Australia, de EE.UU., de China, ahora nos vamos pa' Sudamérica, están investigando cosas muy simples, le hacen una comunicación casi que amarillista de lo que ocurre en el continente, entonces tú ves que la intención del locutor que te está presentando el programa a veces raya en lo emocional.

*Sí, entiendo...*

**AA:** Porque hay que llamar la atención y están en la pelea de conseguir audiencia, y vamos a acabar con un NatGeo colombiano, ya está uno de Sudamérica, porque están buscando contenidos y los contenidos sólo los da la gente, el día a día de la gente, la información que provee la gente todos los días. Pero están en esa lucha de tratar de motivar a la gente, pero cómo la motivamos, investiguemos qué quiere la gente, ¿eso le interesa a la gente? ¿Eso le enseña algo a la gente? Seguramente que sí, lo habrán estudiado, pero esa es la pelea. Cada día van a salir más canales de televisión, cada día

por Internet vas a poder acceder a más cosas. Entonces, sigue siendo una pelea y los señores mexicanos dueños de los medios aquí en Colombia y en Sudamérica en España están pensando en eso, no nos podemos limitar a la tecnología, eso no es todo, para que la gente acceda a este medio que tiene un costo hay que tener buenos contenidos y además de tener buenos contenidos hay que tratar de masificarlos, es decir, que yo no puedo tener televisión satelital para 10.000 personas en Colombia, no, no sería negocio, entonces hay que ver qué puede servirle a la gente.

*Ya me ha contado sobre la carencia de contenidos, lo que se espera de la radio y su futuro en la radio por Internet. Ahora, para finalizar, quiero que me cuente qué características comparte la radio abierta con la radio por Internet y en qué se diferencian.*

**AA:** Ok, las similitudes son básicamente los formatos. Los formatos de la radio abierta y por Internet deben ser similares, si no iguales. Lo que cambia es la forma como los va a utilizar la gente. Un formato informativo en radio abierta es simplemente para escucharlo, un formato informativo por Internet es para bajar la entrevista de un político que me sirven para mi universidad o simplemente de recuerdo y tenerla almacenada en mi propio computador. Un formato de entretenimiento en radio abierta te sirve para entretenerte, para recrearte, para servirte de compañía, ponerte buena música, y no más. Pero si esa canción me gustó no puedo grabarla en tiempo real porque la canción ya está sonando al aire, ya pasó la mitad de la canción mientras busco dónde grabarla, la canción más maravillosa del mundo. En Internet tú puedes oír la retransmisión del magazine, te ponen el número de programación donde tienes la música

específicamente y buscar y descargar la canción que tú quieres y que te gustó maravillosamente. Entonces, Internet se vuelve como un almacén, qué hace ese almacén, te regala todos los contenidos que emite esa radio, por radio abierta solamente lo puedes escuchar una vez y paró. Por Internet es como si estuvieras ojeando el periódico varias veces y le das vuelta y vuelves y lo lees todo lo que quieras. La idea es que esos contenidos le sirvan a la gente y que los pueda descargar, tienes que subir todos los contenidos para darle esa posibilidad a la gente. Y un síntoma maravilloso de que tienes un buen programa es que descarguen el contenido porque es bueno, porque llamó la atención. Si no lo descargan sabes que algo está fallando con tu programa. Mientras que por radio abierta tú das por sentado que, si no ha salido un estudio de medios, que la gente te escucha y cómo hacen la medición, por las llamadas que les entran. Pero también se engañan porque para recibir llamadas están ofreciendo un producto o tienen un concurso, entonces de esa manera les entran muchísimas llamadas. Entonces la medición no son las llamadas, yo diría que la medición es el número de clicks a vínculos específicos de tu programa de radio.

*Y qué otras diferencias tienen, digamos, en cuanto al lenguaje.*

**AA:** Ok, el lenguaje siempre hemos dicho que en la radio debe ser coloquial y directo, ¿cierto? En lenguaje en Internet tiene que ser directo, tiene que ser muy práctico porque la gente que entra a Internet quiere conocer toda la información en un menor tiempo, de tal manera que si tú puedes poner en un solo pantallazo toda la información de tal manera que la gente interactúe con ella puede ser lo mejor, a la gente no le gusta ni siquiera hacer dos o tres scrollers, la gente quiere

acceder a una página que no demore en cargar, poder leer lo que necesita y pasar rápidamente a otra página porque la gente hoy vive muy atareada. Entonces, si tú le das contenidos, le enseñas contenidos y se los das de tal forma que la gente dice “bueno yo tengo tanto afán y tengo muchas cosas que hacer que ese contenido lo descargo por la noche en mi casa”, eso hace que la gente se enganche y que la gente siempre ponga a tu emisora como referencia. Yo creo que esas similitudes le permiten la vigencia a la radio abierta, ¿por qué? Porque no todo el mundo puede acceder a la radio por Internet. Entonces si hay contenidos que vale la pena subir a Internet de los que hay en radio abierta eso sería maravilloso, eso es un logro, porque estás transfiriendo de la radio abierta al Internet, mientras no esté la masificación de los dispositivos. Cuando haya esa masificación hay que buscar una nueva estrategia si perder el lenguaje de la radio, para llegarle a la gente de Internet, sin perder a los que todavía están en la radio abierta. Vuelvo a destacarte que la radio no tiene la interactividad, la interactividad tecnológica, pero podría tener otro tipo de interactividad, abrir la radio a la gente, llevar la radio a la gente, acercar la radio a la audiencia, porque algún día el oyente se va a concientizar que muchas veces él es el que le está haciendo el programa a ese artista de la radio. Nosotros que hemos estado en la intimidad de la radio sabemos cuán importante es el buen trato a la gente, a los periodistas porque el maltrato muchas veces se ve reflejado en el producto al aire. La gente que hace las cosas mediocrementemente o la gente que está esperando hacerle una trampa al director porque los tratan muy mal y eso repercute en la audiencia. Pero si nosotros nos abrimos y dejamos de ser los ‘monstruos de la radio’ no por lo feos, sino por el supuesto gran trabajo que hacemos y nos abrimos a la gente podemos capturar a la

audiencia. Pero ellos no lo hacen a menos que sea un evento, un *show-room*, se muestran y la gente quiere tenerlos cerca, tener más propiedad sobre la radio y sobre sus contenidos. Si ellos están más cerca a mí yo tengo más sentido de pertenencia y ese sentido de pertenencia son más oyentes cautivos.

*Y qué significa eso de “cautivos”...*

**AA:** Cautivos, es decir, que siempre van a estar allí dependiendo de ellos, no lo van a cambiar por más cuñas que les pongan, por más malos contenidos que hagan, no lo van a cambiar por más que cambien los periodistas, no lo van a hacer porque tienen un valor muy especial que es ese sentido de pertenencia y eso lo van a valorar los clientes, que lo único que le interesa es estar pegado a esa radio, a esa televisión o a ese medio...de prensa. ¿Tienes alguna otra pregunta?

*No, yo creo que eso sería todo. Pienso que ya es suficiente. Muchísimas gracias.*



#### **GUSTAVO SOLANO (REALIZADOR RADIAL)<sup>35</sup>**

**GS:** Te voy a echar un cuento, cuando estábamos en mi pueblo, la única relación que teníamos con comunicaciones eran unos radios sumamente grandes, se llamaban de tubo. Sumamente grandes donde, no cogían muy claro, y qué cogían, cogían las emisoras que venían de Bogotá porque, por allá habían muy pocas, pero en el día no entraba, en la noche. ¿Qué nos interesaba y qué podíamos oír nosotros? Eran unas telenovelas que pasaban por radio y canciones que 80% eran rancheras porque, que me acuerde del cine de esa época también, era la época en que todo era mexicano, ¿no?, que todo era traído de México,...

*¿Todo era de México?*

**GS:** ...Ajá, que don Jorge Negrete, que... no me acuerdo quién más... y era casi todo mexicano, en blanco y negro. Entonces comunicaciones, ya te digo, entraban muy pocas, y ahí nos informábamos de qué pasaba en la capital y toda la cosa, pero la mayoría de las transmisiones, me figuro que ya existía *Caracol*, no como cadenas sino como, creo que era una emisora aquí en Bogotá que se llamaba *Nuevo Mundo*... que por cierto, en la oportunidad que tuve yo fui a conocerlo,

---

<sup>35</sup> La entrevista presentada a continuación fue realizada a Gustavo Solano, ingeniero civil de 71 años, que en su vida cotidiana tuvo una estrecha relación con la radio e incluso estuvo inmerso en ella. Su perspectiva es importante para dar cuenta de la visión del oyente frente a la evolución de la radio en Colombia. Para la realización de esta entrevista se contó con la ayuda de Ángela Botero Cabral, estudiante de antropología de quinto semestre de la Universidad del Rosario. Agradecemos a ella su asistencia y colaboración en el desarrollo de este trabajo de grado.

quedaba por la 15 con calle 13. Bueno, eso era todo lo que teníamos que oír nosotros. A mí como joven, me llamó la atención mucho, y traté de oír las transmisiones cuando estaba allá y cuando estaba en el colegio de Tunja, porque en Tunja sí entraba mejor las emisoras, eran las transmisiones que hacían de futbol...

*¿Ab, sí?*

**GS:** ... yo no sé por qué pero había mucha afición por el futbol en esa época. Un caso como el mío, por ejemplo, en el pueblo lo único que hay medio plano es el interior de la iglesia, eso es sumamente quebrado, entonces nunca pudimos jugar futbol, pero en Tunja sí, claro, allá había planito, entonces me interesaba el futbol, me acuerdo que jugaba Millonarios y no sé qué... y Santa Fe y tal, entonces transmitían, hacían unas transmisiones muy buenas esas emisoras... por ese lado. Por otro lado, empezó, porque creo que fue en el año 61 la primera *vuelta a Colombia* en bicicleta...

*¡Aab, sí!*

**GS:** ... y eso fue una sensación espantosa, en primer lugar, porque la primer *vuelta a Colombia* la ganó un señor por allí de Zipaquirá, le decían Zipa Forero, y eso era increíble porque imagínate unas personas montando en unas bicicletas pesadísimas y transmitían, entonces debía de ser cierto. Se colgaban de un poste porque las comunicaciones entre los pueblos, pues era, en base de unos alambres y la comunicación de teléfono era en alambre, entonces así era nuestra comunicación, esa era la comunicación; pues la otra era la de telegramas que era con morse o no sé qué... bueno,

en todo caso eso de la transmisión de la radio, de las *vuelatas a Colombia* por radio, había que creerlo, o sea que estos tipos encontraban un poste de esos, que se debía de llamar *Empresa de teléfonos*, yo no me acuerdo de quién era eso... y entonces los tipos decían que se colgaban a un poste de esos que debía de comunicar los cables y pam, y después ellos avanzaron mucho con unas cuestiones que se llamaban unos móviles, que los ponían en ciertas partes, me figuro yo, y ahí podían ellos comunicarse y cambiaban... Bueno, entonces ese fue mi radio de juventud, llamemos. Cuando ya salimos al, a la civilización exterior al bachillerato, ¿qué había que hacer?, en esa época la radio transmitía que *El show de las estrellas*, por decirte alguna cosa...

*Ajá*

**GS:** ...entonces era la emisora de Pillus Caracas Bosque, y con eso era que bailábamos y hacíamos fiestas, porque nosotros para hacer fiestas en el pueblo utilizábamos eran unas vitrolas, que le daban cuerda a una cosa y unos discos grandes con una agujita eso iba dando vueltas y ahí trantran, eso sonaba y uno bailaba eso, así aprendí a bailar rock & roll y cosas de esas, me acuerdo... Pero bueno, entonces vino así. Ya estando en Tunja, conocí de casualidad a un señor que fue un buen amigo mío, de apellido Espinoza, Fabio Espinoza se llamaba, entonces él tenía un cuñado que se llamaba el general Ruiz Novoa, esposo de Gloria, una hermana de Fabio, y era ministro de comunicaciones. Por echarte algo de la historia, el general Rojas Pinilla, tan famoso en este país, antes de ser presidente de la República, fue ministro de comunicaciones... por cierto, eso fue lo que le vino a ayudar mucho al país para que la televisión...

...llegara

**GS:** Exacto... cuando él era presidente, él fue quien montó la televisión en este país y la trajo y las comunicaciones empezaran a, a avanzar algo, porque todo eso era muy lento...

*Jah, se demoraba...*

**GS:** ...imagínate todo lo que se demoraba, pero te sigo lo de las comunicaciones. A raíz de eso, yo no me acuerdo exactamente, pero creo que Fabio Espinoza, mi amigo, le entusiasmó mucho que eso podría ser algo que le daba dinero, entonces le propuso a su cuñado, ministro de comunicaciones, que le ayudara a que le diera una licencia y él montó una emisora en Tunja que se llamaba *Radio Tunja*, la potencia, me figuró yo que de 1 vatio, 2 vatios, o sea que uno cogía su radio, que también utilizábamos ya, ya nos empezó a llegar unos radios de 20 cm de largo y de 10 de alto y trabajaban con unas pilas, pilas de linterna que les ponían por dentro...

*Ajá*

**GS:** ...entonces uno trabajaba, sacaba uno una antenita uno y la abría... esa emisora en Tunja, pues se oía muy bien. Tunja debía de ser un pueblo de 30,000 habitantes, entonces nosotros la oíamos en todo lado, pero salía uno a 10, 15 km y ya no cogía. Bueno, entonces para escuchar esa radio, por ejemplo en mi pueblo tocaba subir a un palo, ponerlo alto, amarrarlo a un alambre y venir y ponerlo...entonces ahí

fueron nuestras comunicaciones. Ya estando en Bogotá, vuelvo y te repito, escuchábamos *Nuevo Mundo*, en todo lado. Yo vivía en la calle 17 con carrera 17 y la emisora esa quedaba ahí a 6, 8 cuadras, entonces ya escuchábamos tal. Ya, por ejemplo, en los carros, me acuerdo, que venían ya con radio escuchaba uno radio.

*¿Ah, sí?*

**GS:** Ajá... que salía uno a la Caro y ya no tenía la radio y tal, y ahí debieron de empezar las emisoras, las cadenas de emisoras, no estoy seguro pero debieron de empezar, digo yo por qué, porque mi amigo Fabio montó otra emisora en Duitama...

*Ahh*

**GS:** ...y a raíz de eso ya montó otra en, en qué, en Bogotá, y a raíz de eso, no sé por qué llegó a Ibagué y montó otra emisora en Ibagué...

*Mmm, le fue bien...*

**GS:** ...entonces, sí, muy bien, económicamente entiendo que bien. No me acuerdo cuál fue el que manejó eso, un señor que murió hace poco, una persona muy importante, y, tan sería negocio, que él montó una cadena que se llamaba no se qué *juventud*, porque ya tenía él noticiero al medio día, que se producía un pedazo en Tunja, otro pedazo en Duitama, otro en la calle 12 y se hacía el compendio en Ibagué y allá los cuatro se intercalaban. Recuerdo que, tomando trago un día con él me dijo "Me compré un lote en un cerro más alto que

Monserrate. Necesito montar una antena repetidora” y me fui con él por allá, sí señor, a una cuestión que se llama El Alto de la Viga, que es más alto que Monserrate, y allá me tocó hacerle a mí un trazado de una carretera para subir, que por cierto los carros no subían, le tocó subir todo a caballo...

*¡Jab!*

**GS:** ... pero montó su antena repetidora de su cadena esa *Juventud*, pues, estuvo bien. Entoes, eso ya pasaban música en cantidades... no había mucho noticiero, ya te digo, era el del medio día y me figuro que por la noche... pero ya escuchaba uno música en cantidades, como hoy escuchar *Radio uno*, por decirte algo, que yo no sé cómo se llaman que yo no escucho nada de eso, entonces ya había de eso.

*Ajá.*

**GS:** En esas cadenas grandes, me acuerdo que yo terminando ingeniería civil, como en el año 61, estuve metido por allá en, en un reinado especial de una cuestión que montaban en la Javeriana que se llamaba *Semana Javeriana*, entonces había que sacar una reina javeriana en la *Semana Javeriana*, y a raíz de eso montamos una fiesta en el Club Militar, que era de lo grande que había en esa época, y ahí nos tocó contratar una orquesta, la del maestro Lucho Bermúdez; era una orquesta de por lo menos 20, 25 personas, eso era sumamente grande y fuera de que la orquesta fuera grande, el maestro Lucho tocaba el flautín y flauta divinamente y tenía una señora, creo que no ha muerto, Matilde Díaz creo que se llamaba, que también cantaba muy bien. Entonces tuvimos que ir a la *Nuevo Mundo* a ver dónde conseguíamos al maestro Lucho. Bueno, y a raíz de

eso me metí en algo de radio y ahí vi cómo manejaban eso y no manejaban, cómo una persona era la que hablaba y mandaba su voz al aire pero teniendo un régimen que llevar y entonces, por ejemplo me acuerdo en esa época pasaba que uno llamaba, hoy en día creo que eso se usa todavía...

*Sí, eso todavía se usa.*

**GS:** ...Yo no sé si tengan o en esa época tenían, debían de tener una cantidad de discos, muchísimos y organizados, porque mientras hablaba con uno, ¡a uno ya le sacaban y le ponían el disco!

*¡Jab!*

**GS:** ...entonces eso debía de estar organizado... Bueno, después me fui aficionando muchísimo a la radio, por qué, porque manejaba yo por todos lados, al terminar ingeniería, por todo el país, entonces, mi principal acompañante era echando ojo a ver si había una niña joven como tú que se subiera al carro y se fuera conmigo [risas] o me iba oyendo canciones, como hoy en día lo hago; hoy en día, yo estando aquí en mi casa, yo prendo mi radio a las 5 de la mañana por tarde, entonces soy admirador de *Caracol*, no sé por qué, tal vez porque no me gusta el Gossain ése el de RCN y tal... mi hijo por ejemplo, ya no oye *Caracol* ni RCN, oye la *F.M.* con Julio no se qué vainas...

*Julio Sánchez Cristo.*

**GS:** Eso. Tú sabes más de eso, yo no sé, porque “ese sí dice la verdad, los otros son entregados al gobierno y la vaina”

[risas]. En todo caso, yo oigo *Caracol* de 5 de la mañana y me estoy durmiendo y por la noche mientras estoy viendo televisión, si la televisión está muy aburrida yo me pongo y prendo *Caracol*, a ver qué pasa o qué pasó. Uno se informa de las 5 a las 7, 8 de la mañana, de todo lo que ha pasado en Colombia y el mundo, hoy en día esas cadenas tienen personas corresponsales, ¡pero inmediatas!

*Sí.*

**GS:** “Ángela, ¿dónde estás tú?” “Aquí en Madrid” “¿Sí? Cuéntenos” “Es que yo vine invitada por el presidente aquí a Madrid entonces llegamos esta mañana y prum, prum, prum” ya sabe todo lo que está pasando allá, hasta que está lloviendo, que no llueve y cosas de esas. Eso hay transmisión por todos lados, por todos lados... Después yo vi otras de las tantas empresarías de este país, es que empezaron a repartir emisoras, tal vez por lo que nuestro país es tan quebrado, no es fácil que una sola emisora cubra a todo y por influencia empezaron a repartir emisoras, como no lo hizo mi amigo Espinoza, exactamente después, por ejemplo, yo conozco en el Tolima un señor de apellido Pava Navarro, creo, un senador de esos, eso montó emisoras en Ibagué, en Espinal, en Guamo, en todo eso, eso servía para hacer campañas políticas...

*Claro.*

**GS:** ...no lo dudes. Después montaron otra cosa que era en pueblos más pequeños, que pasaron a ser social, pero como siempre era político, pero yo escuchaba cuando trabajaba no me acuerdo dónde, en un pueblo de esos donde yo trabajaba

haciendo carreteras, yo necesitaba pasar una razón, entonces, pagaba \$3,000, \$2,000 pesos, no me acuerdo cuánto, y llamaba a un teléfono uno “Señor, ¿es la emisora de Chocontá?” “Sí señor” “Hágame un favor, ¿me puede pasar este informe?” y uno pasaba el informe, entonces “Allá al operario del buldócer que tiene el doctor Solano trabajando en la carretera de la vereda tal, le manda a decir el doctor Solano que acaba de mandarle el repuesto que le pidió esta mañana, que esté pendiente, que lo lleva en el carro del señor Fulano de Tal”. \$3,000, un buen servicio.

*Claro.*

**GS:** Yo me acuerdo que se escuchaba “que la señora Gilma de Solana va a llegar allá entonces que por favor le saquen los caballos al pueblo que ella llega en el bus de 11” [risas]. Entonces, eso se usaba y yo tuve la oportunidad de entrar varias veces a esas emisorcitas; eso era un huequito de 4 por 4 y lo manejaba un señor con un parlante y un aparato de control, debe ser, y listo, chin chinchin, pone su disco ahí, en homenaje a no sé quién y mientras tanto atiende al señor, así funcionan esos, yo me figuro que todavía deben de funcionar, pero me parece a mí que la radio a raíz de todas esas cuestiones de cables, satélites y cosas, se modernizó bárbaramente, hoy en día eso es instantánea, lo que tú quieras, y debe haber tanto dinero metido dentro de eso, de que se estrelló un TransMilenio y a los 10 minutos “Don Alberto López” “Sí señor” “Buenas tardes aquí estoy tan, tan, tan, se accidentó, mataron a uno, hirieron a otro”. Con la proposición que tú me hiciste anoche, esta mañana a las 5 de la mañana, estaba oyendo *Caracol* y me di cuenta, de 5 de la mañana a 6 de la mañana no pasan más sino informes de todo

el país, pero “que mataron a Fulano de Tal, que cogieron a no sé quién, que la policía no sé qué cosas”, o sea, todo es de muertes, ¿no?

*Sí.*

**GS:** Así, informes. Ya cuando llega Arismendi a las, llega todos los días a las 5 y media de la mañana, eso debe ser mamón trabajar todos los días a esa hora.

*Uy sí.*

**GS:** Hay mujeres, locutoras de esas que, me figuro, tienen que levantarse a las 3; una hora arreglándose y media hora, una hora viajando y llegar allá y, me figuro que tienen que preparar qué es lo que van a hablar, de qué van a hablar, cuáles son los temas... eso debe ser macho.

*¡Sí! [risas]*

**GS:** Pero ya te digo, ese servicio hoy en día, desde que entre la emisora, que ya entra en muchas partes, esas cadenas tienen emisoras en Medellín, en Cali, en no sé dónde, deben de cubrir una cantidad de gente bárbara, entonces la cuñita que te digo de los \$3,000 pesos hoy en día debe valer \$3, 000,000 o algo así, sí porque es mucho. Eso es esto. Ah, otra cosa en cuestión de aparatos, eso que te dije de los, de los aparatos grandes y de tubos,...

*Sí.*

**GS:** ...después ya se disminuyeron. Cuando estuve en Estados Unidos me traje uno, era de marca *Zenic*, me acuerdo,

con z yo no me acuerdo, debía de ser gringo, eso traía una especie de pantallita para mostrar, ahí fue la primera vez que vi el F.M., el A.M., no sé qué cosas de esas y lógico, eso saca uno la antena y empieza a oír ruido en cantidades, pero cuando coge ya eso, coge en cantidades, pero lejos, lejísimos. Hoy en día con un aparatico de esos chiquiticos que tengo yo, pone uno eso y coge lo que tú quieras. Hace 2, 3 meses, un día que lo llevé para el Llano y, estando yo a las 9 y media de la noche, allá en Puerto Gaitán, que queda más cerca de nuestro amigo Chávez que de nosotros, queda a 750 km de aquí, lo pone uno en F.M., creo que era, y de ahí coge emisoras de, de Barranquilla, coge la emisora de allá del otro lado, de don Chávez y hasta creo que alcanza a entrar algo de Brasil y algo de Ecuador sin ningún problema.

*Ajá.*

**GS:** Entoes me parece que esa esas son las vueltas que yo tuve, la experiencia que yo tuve con la radio desde hace, yo tengo 71 años, yo debía de tener 8 o 10 años la primera vez que oí radio... entonces eso es lo que ha evolucionado. Hoy es, una persona se entera de eso, tú puedes conseguir lo que tú quieras en un radio donde sea, te comunicas y listo. Con el celular puedes llamar a *Caracol Bogotá* y decir “Señor, aquí se estrelló el tren tal contra el bus tal”, eso es inmediatamente y claro, he escuchado los sábados y los domingos en *Caracol*, hay una cosa que la gente se aterra y hay que creerle, cuando recuperaron a Ingrid Betancourt y sus secuaces esos [risas], le agradecían a la cadena de *Caracol*, que pasan todos los domingos a partir de las 3 de la mañana, creo, un sábado hay uno que se llama *Las voces del secuestro* y ahí habla todo el mundo de todo el país “a mi papá Alberto, que se lo llevaron

hace seis años y 8 meses, le queremos informar que su mamacita está muy enferma pero que ya se está recuperando”, “que su hijo que nació hace 4 años, o sea que usted no lo conoce, que ya está yendo al colegio” o mensajes “de su mamá que te quiero mucho, que aún te estoy esperando”, pero eso no son 10, son 30, 40 personas que pasan eso.

*Sí.*

**GS:** A ese señor, como todas las figuras de este país, lo tuvieron que sacar hace como 6 meses del país.

*¿Ab, sí?*

**GS:** Al señor. Oiga, y hoy en día hace el programa ¡desde Madrid! Allí tun, tun, “Aló Bogotá.” “Sí, aquí está” y él maneja eso desde Madrid y habla y tiene corresponsales por todos lados. El domingo a las 5 de la mañana tiene otro, que tiene que ver algo con eso, pero no tanto con los detenidos, sino con relaciones, entonces presentan que “Estamos en el mes de mayo y el Santo Papa fue a Portugal porque allá se les apareció la Virgen”. Entonces el tipo maneja eso; por ejemplo, que “el 13 de mayo la Virgen María no sé qué cosas”, entonces que el pueblo de Itagüí, la patrona es la Virgen de Fátima, toes él está transmitiendo el domingo desde Itagüí y hablan de los milagros de la Virgen y hablan del señor cura y hablan de todas las vainas y tienen eso, y hoy en día emisoras, pueblito que pase de 5,000 habitantes y se estime, eso emisoras F.M. hay eso, el loco de Uribe repartió en la primera elección emisoras en cantidades. Hay un tipo político que trabajó, creo que en *Caracol*, de apellido Artunduaga, por ejemplo, de Pitalito, Huila, y que yo sepa tiene más de 8

emisoras allá en todo el sur del Huila; eso le debe dar negocio, fuera de hacer política, claro que ahorita no salió al senado, siquiera, pero eso le debe dar, en todos los pueblos del sur de Huila hay de eso, emisoras esas de F.M. y todas funcionan a base de eso. Yo no sé hoy en día si eso sea costoso montarlo, pero yo creo que no, desde uno tenga su licencia y tal. Por ejemplo me dicen que la guerrilla tiene emisoras.

*Sí.*

**GS:** Yo he tratado, ahorita en el Llano, de ver si pudiera localizar eso. Hace 15 días me estuve instalando al sur del Tolima, que es más roja, zona más roja que donde estaba, me acordé una noche, traté también de coger y no.

*Tampoco...*

**GS:** Pero el ejército sí tiene emisoras por todo el país y se cogen a toda hora. Me figuro que ya deben de tener especialidad de la policía o del ejército, personas que saben de comunicaciones montan eso y eso lo tienen ya, entonces eso debe de haber avanzado muchísimo. Pero para mí, no me llama la atención más, no sé por qué pero...

*Caracol.*

**GS:** Sí, *Caracol*. No sé. No son parciales, por cierto, esos periodistas son, me figuro, están allá donde más platica les dan, pero que yo sepa, por ejemplo, pasaron una propaganda ahorita del campeonato mundial de futbol, eso dizque vale una millonada.

*Sí.*

*¿Y antes por medio del radio la gente se enterara de todas partes o...*

**GS:** Yo creo que no. Debe ser por lo que yo te digo, de lo que estoy hablándote de hace 60 años no entraban las emisoras. Después ya entraban y ya la gente, por decirte algo hace 40 años me acuerdo, fue la primera vez que estuve en la zona cafetera, el que iba a coger café llevaba su transistor colgado a la cintura y escuchaba música y escuchaba todo e iba cogiendo su café y eso tenía su radio. Hoy en día yo veo a mucho joven que anda con sus parlantes...

*Sus audífonos.*

**GS:** ...yo me figuro que debe ser escuchando música con sus grabadoras pequeñas o están escuchando radio, no sé por qué pero hay mucha gente que anda en esas, pero entonces la radio sigue siendo mucho, muy importante. La otra vez, ahorita me acordé, cogí un taxi y el señor iba escuchando su radio, que además de atender al radio, atendía a dos radioteléfonos de esos de esos donde buscan trabajo y le dije “Y eso, ¿cómo hace usted?” “Ya me acostumbré”, eso debe ser así, pero que el 95% de los taxis tienen música.

*Sí, es verdad.*

**GS:** Todos los carros tienen. Los buses intermunicipales hoy en día, eso ya de lujo, con aire acondicionado y cosa de esas, ya no le ponen radio a uno, antes sí, ahora ya tienen, en primer lugar, película, estilo avión...

*Sí, televisor.*

**GS:** ...no puede escoger uno el canal porque no hay sino uno [risas], pero hay película, o si no le ponen música, pero no es de radio, es música de CD, pero las buséticas esas pequeñas, radio, radio, radio, punto. Y en los pueblos, en las capitales, por ejemplo, en Villavicencio el otro día me subí por ahí al medio día en un taxi, estaban pasando y “Señor, ¿y eso qué es?” “Ah, este es el único locutor que se atreve a decirle todas las cosas al gobierno” y entonces ellos ponen eso y escuchan y se informan de lo que pasa en el pueblo con esos noticieros. Pero, que existen todavía, los vallenatos creo que se han impuesto es así; que el señor llama, o pelaos como tú llaman “que quiero oír al...” yo no sé como se llaman los vallenateros, y claro, eso ahí mismo se lo ponen...y la transmisión del fútbol, por ejemplo, por radio, cuando íbamos a fútbol, el 80% de la gente lleva su radio para oír la transmisión de lo que está viendo. Entonces, yo me supongo que la gente que va, a pesar de que debe conocer a la gente de su equipo, le interesa saber que el 18 es Arroyabe y que el 14 es Pine y no sé qué, entonces así se, pero eso es costumbre y antes era con su aparato ese grande en la oreja y hoy en día es, como te digo, guardado aquí en el bolsillo y su par de cosas puestas aquí, y están pendientes de lo que la gente transmite y se jactan los tipos “de la transmisión tal es la más escuchada en el Campín es Fulano de Tal”, porque la gente va a fútbol y es costumbre que están escuchando lo que está pasando.

*¿De verdad? No sabía que existía esa costumbre. Ahora, volviendo un poquito a la radio de antes, ¿antes qué se escuchaba, no era tan informativo sino era más de entretenimiento la radio?*

**GS:** Sumercé, a ver. Sí, eso tendría que ser de entretenimiento, llamar entretenimiento a escuchar uno música...

*O radionovelas o...*

**GS:** Yo creo, tengo mala memoria, yo creo que nunca me entusiasmé por las radionovelas, pero mi mamá en su época oía radionovelas como un diablo, muchísimo. En las horas de la noche, de 6 a 8 más o menos, pasaron muchas radionovelas, ¡pero muchas! Eso como las series de telenovelas hoy en día, entonces en esa época pasaron, que *La hija de Nadie* y no sé qué cosas, mucha radionovela, y que yo entienda, una señora de la televisión que se murió hace poquito, cómo se llama, una más vieja que yo...

*Ab, sí, la de la televisión. Yo tampoco me acuerdo cómo se llama pero sí sé a quién se refiere. Pues, le quería preguntar que si, por ejemplo, ¿de pequeño la radio cumplió en su casa un papel de unirlos a una hora de la tarde, a sentarse todos a escuchar radio o algún programa, o nunca cumplió ese papel de interacción familiar?*

**GS:** De pronto esas radionovelas algo, a mi papá y a mi mamá y a mis abuelos, tal vez sí, pero a mí personalmente no. Nunca me llamó la atención eso. En el día no oíamos radio porque, como te digo, todo el mundo estaba trabajando y me figuro yo que eso era muy costoso tener un radio, en esa época no era sino 1 y lo debían de tener, me figuro yo, en el cuarto de mis papás, eso no había por ninguna parte, pero hoy en día encuentra uno que cada uno tiene uno porque son muy baratos; para mi papá era más importante estar sentado hablando con su amigo y tomando cerveza que escuchar eso y no, no, tal vez no fue motivo de unión y sobre todo por eso

que te digo, era un radio no más porque no era fácil y como era un solo radio eso no atraía, no fue motivo de unión.

*Ab, sí. Esa aún existe. Le quería preguntar algo. ¿Usted notó algún cambio en los contenidos radiales a raíz de la llegada a Colombia de la televisión, por ejemplo, que ya no existiera tanta radionovela sino que se volviera más, como de, noticias y música, pues como la televisión llegó y la gente se centró en ese nuevo medio...*

**GS:** No lo dudes, eso no lo dudes. Esa cuestión de las radionovelas, por ejemplo, las acabó totalmente, total, total. Todos esos actores, que hacían de, con papel en mano, me acuerdo yo tuve la oportunidad de ir alguna vez a una vaina de esas, era con papel en mano, 6, 8 micrófonos en una parte, como un balcón y allá abajo, se sentaba uno, lo dejaban entrar, llevaba uno la envoltura de *Mejoral* y entraba a ver la transmisión. Sí, eso sí, las telenovelas acabaron con eso. Que yo sepa, hoy en día no pasan radionovelas de esas, se acabó totalmente. Se han dedicado en música, las dedicadas a la música y noticias, noticias y ojalá fueran noticias buenas, no, pasan es las malas porque yo creo que una noticia buena no atrae nada, entonces no pasan noticias buenas, sólo la parte mala de las noticias, pero lo bueno, nada. Vuelvo e insisto.

*Se acuerda cuál era el lenguaje que usaban los locutores para dirigirse al público...*

**GS:** El lenguaje de esa gente. Yo creo, me parece a mí, como eran más ignorantes los radioescuchas, tal vez los tipos eran un poco más sobrados y era por eso, tal vez, uno no tenía suficiente información de lo que estaba pasando, entonces tal vez esa gente no era tan preparada en eso del radioescucha y

entonces los locutores de esa época eran más sobrados, tal vez no ofensivos pero sí sobrados. Hoy en día, no. Y sabes por qué, porque la gente inmediatamente les refuta y los critican y los llaman, entonces la gente de hoy en día debe ser más preparada y lo que yo te digo, hay gente, el caso de las locutoras esas, deben de llegar, ahora sí estoy seguro, a preparar su hora de habla, su tema de lo que va a ser, que antes no, antes todo era espontáneo bla, bla, bla, bla; hoy en día me parece que no, ya deben estar informadas y deben de tener sus datos al día, antes me figuro que no porque antes la gente no sabía muchas cosas sobre otras partes. Pero tal vez sí, antes eran, tal vez, más descrestadores, ahora deben estar más preparados; antes o habían escuelas de periodismo y toda esa vaina. En esa época creo que influiría mucho la voz de la persona que estaba hablando, porque el que no tenía buena voz sí se fregaba. Me imagino que hoy en día los estudiantes de periodismo deben de tener una preparación de la voz, pero hoy en día lo que necesitan es buena preparación.

*Recuerda los efectos de sonido que se usaban antes, pues, si eran en vivo, o ya eran grabados, o no se usaban mucho?*

**GS:** Yo creo, sumercé que en esa época... no. Me atrevo a decir por ejemplo, que los cantantes que se presentaban, que hoy en día se presentan descrestándonos con pistas, por ejemplo, no, no había eso. En esa época era péguete con pura garganta y quien los acompañaba y cosas de esas, y los, los locutores, lo animadores eran sin ninguna ayuda, era lo que tenían, no tenían nada.

*Cambiando un poco de tema, usted decía que el país estaba muy manejado, muy influenciado por los medios de comunicación como El tiempo, Semana,*

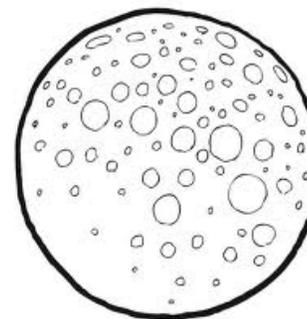
*por la política, y quería saber si usted opinaba que la política también influye en la radio.*

**GS:** Claro. Y tal será la influencia de esa parte que tú me dices comunicación de política, que la mayoría de cosas grandes que tiene que hacer el país, hoy en día, las financian esas empresas grandes, pero cómo recuperar el dinero, ellos recuperan a base de radio televisión, no lo dudes. De pronto la televisión en este momento está, para mí, avanzando un poco más porque ya tiene mucho cubrimiento nacional, eso cada vez que la televisión entra a un pueblito, el sólo hecho de ver en televisor a color, entonces eso atrae a cualquier persona, a los niños muchísimo más que a lo mayores, y están cubriendo más, y la radio para mí me parece que no ha dado el suficiente cubrimiento de eso, entonces seguimos en lo que te digo, la oligarquía por los medios de comunicación, radio, escrito y hoy en día ya la televisión, siguen mandando, los canales *CityTV*, que ya se ve en muchas partes, y ¿de quién es?, de *El tiempo*, y tenlo por seguro, el tercer canal que dicen que van a sacar con la misma potencia y cubrimiento de *RCN* y *Caracol*, va a ser de la familia Santos, no lo dudes, la misma candidata se lo sacó en cara “usted si llega a ser presidente, doctor Santos, va a hacer que le adjudiquen el tercer canal”; entonces sigue mandando.

*¿Cree que la radio es de carácter comercial?*

**GS:** 120%, no lo dudes, por eso es que esas cadenas siguen mandando cada día más la radio, y si tu vas y te dan una emisora de esas comunales, en Choachí, sigue siendo totalmente comercial, porque para que esa emisora progrese tiene que nombrar a un director que sea preparado y tiene que

montar un buen equipo de radio y si no hay platica no se puede. Cada día será totalmente comercial, porque existen cadenas sociales o cosa de esas, los mismos curitas montan la *Voz de María*, pero si no tienen auxilio de los curas de las parroquias que les mandan platica para eso, no pueden mantener la emisora, eso es totalmente comercial. Que lo correcto y lo profesional es que todas las emisoras se dedicaran a decir la verdad, no más que la verdad, pero ni eso porque los periodistas donde más le den platica se acomodan, para mí un bendito periodista mentiroso, eso es capaz de hacer una corrida y media, así que es totalmente comercial.



*¿Y desde siempre ha sido así? ¿Desde el principio de la radio?*

**GS:** Sí, porque eso sostener eso es así lógico, tan es cierto así que yo no conozco, pero me figuro que una empresa le dan en su presupuesto de propaganda mucho dinero, entonces eso es totalmente comercial todo, y cuando hay que atacar a una persona o a un producto, porque es la competencia fuerte de uno hay que darle duro en la radio, o si no le quitan la promoción, eso siempre ha sido así.

*Bueno, eso es todo. Muchas gracias.*

**GS:** No sumercé con mucho gusto.

## II. RECORTES DE PRENSA DE LA ÉPOCA:

Para poder estructurar las noticias de *Alumizando*, hicimos una investigación exhaustiva en los principales diarios de la época para seleccionar los hechos más noticiosos del momento. Revisamos periódicos como *El Tiempo*, *El Espectador*, *La República* y *El Nuevo Siglo* en la Hemeroteca Nacional y en la Hemeroteca de la Biblioteca Luis Ángel Arango y procedimos a escoger las noticias más importantes de acuerdo a cada sección y tomando 3 fechas diferentes (6, 13 y 20 de Julio). A continuación encontrarán una pequeña selección de recortes de prensa, con los cuales elaboramos las noticias que escuchan en *Alumizando*.

### Dentro de un Calabozo se Ahorcó Ex-Juez Militar

Uno de los calabozos de la Comandancia de San Fernando fue escenario de una trágica promesa por un ex-jefe militar, cuando depuración por una detención de 72 horas en prisión le valió la vida abreviada. La tragedia ocurrió en las horas de la mañana de ayer cuando el ciudadano Marcos Fernando Delgado Linares está por iniciar la vida en circunstancias distintas y luego de que su detención había surgido a raíz de su simple caso de policía.

El doctor Marcos Fernando Delgado Linares se hallaba desde tempranas horas de la noche del viernes en un aeropuerto de Eldorado, con el objeto de despedir a un amigo que emprendía viaje a una ciudad de la Costa Atlántica. Determinada la hora, el funcionario provocó la intervención de un agente de policía, lo cual promovió una agria discusión en



Marcos F. Delgado Linares

entre el abogado Delgado Linares y el representante de la autoridad, quien creyó conveniente detener al ciudadano por irrupción a la autoridad. Es de anotar que el infractor se hallaba en estado de embriaguez.

72 horas  
Del caso conoció por intermedio el comandante de Las Perlas, quien en vista de la gravedad de las cargas hechas contra Delgado Linares aplicó un arresto de 72 horas por "irrespetos a la autoridad". Previamente el ex-jefe fue reconocido en la policlínica de la policía donde se diagnosticó que sufría, además, grado de embriaguez. El arresto tenía que cumplirse, el abogado Delgado Linares, como es obvio, en uno de los calabozos de la Comandancia

El suicidio  
Todo transcurrió normalmente en el despacho judicial cuando a las ocho de la mañana de ayer, en el momento de cambiar de turno se procedió al control de los detenidos y en tal circunstancia de uno de los agentes de servicio halló al ciudadano Marcos Fernando Delgado Linares, inmeditamente fue informado sobre el grave hecho, el co-

mutado de turno, doctor Alfonso Linares Ariza, quien con el médico de turno comprobó el fallecimiento del detenido. Una inspección ocular en el lugar de los hechos dejó establecido que Delgado Linares, luego de amarrarse en el cuello un cinturón de cuero, lo ató a su vez en la parte alta de la puerta enrejada del calabozo, lanzándose luego al vacío, lo que provocó la muerte por ahorcamiento. El suicidio trajo por la misma puerta de hierro para consumar la tragedia a la cual logró quitarse la vida.

Marcos Fernando Linares contaba 32 años de edad, era natural de la localidad de la Palma y por algún tiempo había desempeñado el cargo de jefe de Inspección Penal Militar en Puerto Leguizamón. Parece que últimamente se había dedicado a gestionar algunos asuntos judiciales por su profesión. El levantamiento del cadáver se llevó a cabo dentro de la misma comisaría a las diez de la mañana de ayer.

## Memorias de sus 18 Años Publicará Romina Power

Roma, julio 12.—Romina Power, hija de los famosos actores de cine Tyrone Power y Linda Christian, anunció que en breve publicará sus memorias en las cuales contará todo lo que le ha ocurrido durante sus 18 años de vida. La hija de Power, el "gran Don Juan del cine norteamericano" ha protagonizado papeles de alguna importancia en la pantalla y sobre los

mismos permitirá una amplia mirada en su autobiografía. Con sus memorias la joven desea rechazar de plano los rumores que sobre su "vida disipada" existían, porque según declaró ha llorado muchas lágrimas por la enfermedad de su madre. La revista italiana "Eva Express" publicará en serie la autobiografía de Romina.

## Rusia purgada a 100.000

Tokio, julio 12 (UPI).—La Unión Soviética ha "purgado" a no menos de 100.000 oficiales de sus Fuerzas Armadas y mandos para iniciar una guerra contra China, según informó hoy la agencia periodística oficial de Pekín, Nueva China. El despacho agrega que la depuración y la reorganización fueron llevadas adelante para asegurar un "desplazado programa de agresión y expansión en el exterior".

# Aguila y Columbia los Nombres de los Módulos

Por Edard K. Deiling  
Centro Espacial de Houston Texas, julio 5 (UPI). El Comandante de la Apolo-11, Neil Armstrong, reveló hoy que el módulo que los llevará a la Estación E. Aldrin a la superficie de la Luna por primera vez en la historia, el 20 de julio, ha recibido el nombre de

"Aguila".  
La Apolo-11, que en ese histórico momento permanecerá en órbita alrededor del satélite, dirigido por Michael Collins, se pondrá al llamado radial de "Columbia".  
"Hemos elegido estos dos nombres como símbolos del valor y de la esperanza nacional",

declaró Armstrong en una conferencia de prensa celebrada en este Centro Espacial. El Aguila es el símbolo nacional de Estados Unidos en tanto que el término Columbia derivado de Cristóbal Colón, es usado a veces como sinónimo de Estados Unidos. Armstrong, Collins y Aldrin iniciarán su histórica expedición lunar el 16 del corriente y el domingo último hoy que la comonave "Ya esta lista para partir".

Si no surgen problemas, Armstrong y Aldrin se separarán de Collins en una órbita circular y dirigirán su módulo lunar hacia la superficie silencia para descender muy suavemente al mar de la tranquilidad a las 4.23 p. m. hora del Este de Estados Unidos, 20.23 GMT, el 20 de julio.

Armstrong, un técnico civil de 38 años ha sido el elegido para ser el primer hombre que pise sus pies en otro cuerpo celeste a las 2.15 a. m. '06 GMT del día siguiente.

"Tenemos absoluta confianza en un éxito total", señaló hoy Aldrin.

El módulo espacial se conoce con toda certeza que existe. El publicado en que el módulo "Aguila" no necesita remonta luego después de descender a la Luna. En tales circunstancias, Armstrong y Aldrin permanecerían cuando se acabara su carga de oxígeno.

"Es algo desagradable pensar que si algo nos hemos decidido no contemplar tal posibilidad en el momento actual".  
Los astronautas, que vestían trajes de calle, hablaron con los periodistas desde el interior de una "caja" de material plástico diseñada para impedir que los representantes de la prensa pudieran transmitir germes en momentos en que todo los preparativos para la expedición lunar llegan a su fase final.

Cuando los futuros exploradores llegaran al auditorio a que se celebran las reuniones de prensa y hasta que alcanzan la protección de su jausi cubrieron sus rostros con máscaras antivas.

## Monumento Recordatorio se Inaugura en Sochaviejo

Centro de los actos conmemorativos del Sesquicentenario de la Campaña Libertadora de 1819, será inaugurado hoy en Sochaviejo un monumento recordatorio del paso del Ejército de Bolívar por esa población.

En el acto llevará la palabra el Padre Ernesto Rivero, arzobispo y al mismo asistieron los integrantes de la Comisión del Sesquicentenario, presidida por Carlos Eduar-

do Vargas Rubiano y los miembros de la Academia de Historia de Boyacá.

Monumentos conmemorativos del paso del Ejército Libertador, serán asimismo inaugurados en el transcurso de la próxima semana.

Las poblaciones donde están ubicados son: Tasco, Corrales, Topaga, y finalmente Sochaviejo donde se erige el monumento a los Martires de la Ramada.

## Hoy Concluye el Concurso Hípico Oficial Nacional

Durante la jornada de ayer—tercera—del Concurso Hípico Oficial Nacional, que se efectúa en la Escuela de Caballería, se produjeron los siguientes resultados:

- PRIMERA PRUEBA**  
"Novicios"  
1º Teniente Victor Rincón, de la Escuela de Caballería Santander.  
2º Mayor Rafael Rodríguez, de la Escuela de Caballería Bogotá.  
3º Mayor Carlos Rodríguez, del Club Trebo.

- SEGUNDA PRUEBA**  
"Potencia"  
Tercera prueba, para el Campeonato Nacional de Caballería en la vía a Suba.

- PRIMERA PRUEBA**  
"Juveniles"  
1º Enrique Castro del Club Trebo.  
2º Capitán Marcos Recalde de la Escuela de Caballería Bogotá.  
3º Mario García García, del Club Hípico "Bogotá".

- SEGUNDA PRUEBA**  
"Juveniles"  
1º Enrique Castro del Club Trebo.  
2º Capitán Marcos Recalde de la Escuela de Caballería Bogotá.  
3º Mario García García, del Club Hípico "Bogotá".

## SECCION JUDICIAL

# Varios Sepultados por un Alud en el Caquetá

Florencia, julio 12 (Sait Pava, correspondiente).— Un nuevo deslizamiento de tierra de grandes proporciones ocurrió el viernes en la tarde en el sitio denominado "La Portada", declarando en emergencia a la Intendencia del Caquetá, paralizando por completo el tránsito de vehículos hacia el interior del país y causando un nuevo número de víctimas indeterminado, entre las cuales se encuentra el inspector de carreteras que dirige las operaciones de rescate, Luis Camacho.  
De esta manera se viene a complicar aún más la situación originada el sábado anterior, cuando el primer alud de aproximadamente diez mil metros cúbicos atrapó a cuatro personas que viajaban en una camioneta hacia Florencia, sin que hasta el momento de presentarse esta nueva tragedia hubiera sido posible su rescate.

Las nuevas víctimas atrapadas en el derrumbe último, considerado de mayor gravedad que el primero, corresponden a la cuadrilla de obreros que se encontraban trabajando en las labores de rescate de las primeras personas, quienes fueron sepultadas, con el bulldozer por un bloque compacto de tierra calculado en los 40 mil metros cúbicos.  
Anoche se vivió en la Intendencia del Caquetá una situación de angustia, agravada por el paro forzoso de transportes por falta de gasolina. Comisiones integradas por cerca de 400 personas salieron hacia el sitio de la tragedia, encabezados por las autoridades de la Intendencia del Caquetá y del Huila, a fin de prestar ayuda a los heridos que alcanzaron a escapar milagrosamente del gigantesco alud.  
Hasta el momento se ignoran los nombres de las víctimas.

# Colombia no conoce el Plan Subversivo

Bogotá, julio 12 (UPI).— Las autoridades colombianas no tienen conocimiento alguno del plan subversivo continental denunciado en Buenos Aires.

Voceros del Departamento Administrativo de Seguridad dijeron que ignoran igualmente la realización de la reunión de Montevideo de que informó ayer el diario La Prensa de Buenos Aires.

El periódico mencionado publicó un documento secreto que contiene un plan comunista de subversión continental y menciona a ocho países sudamericanos como "maduros" para ser conquistados por esta ideología.

El plan publicado en la página de editoriales del influente periódico argentino, señala que los países amenazados son Ecuador, Perú, Venezuela, Uruguay, Colombia, Brasil, Bolivia y la propia Argentina.

La Prensa señala que publicó esa información contra su práctica de difundir noticias importantes solo cuando pueden aclarar su fuente, porque "pueden presentarse a veces situaciones que autoren a apartarse de tal norma en virtud de un superior interés nacional".  
Con respecto a que Colom-

bia esté incluida dentro de los planes de subversión anunciados por La Prensa, los informantes dijeron que, como es natural, cualquier plan de agitación izquierdista de alcance continental debería incluir a Colombia.

## El Padre Sendoya se Habría Casado en E. U.

Calli, julio 12 (Oficina de redacción). El padre Luis Enrique Sendoya, conocido poeta y catedrático tolimense, radicado en los Estados Unidos desde hace más de un año, habría contraído matrimonio en aquel país con una dama colombiana.

La versión que circulaba hoy asistidamente en esta ciudad, no pudo ser desmentida ni confirmada, ni en círculos eclesiales de la curia diocesana, ni por familiares del sacerdote.

Los familiares del padre Sendoya, residentes en Palmira, manifestaron que no sabían nada del presunto matrimonio, pero expresaron que no tenía nada de raro que tal cosa hubiese ocurrido "pues los tiempos han cambiado".

Posteriormente, se radizó en los Estados Unidos como profesor de la Universidad de Harvard y hace más de 1 año que no viene a Colombia.

El padre Edgar Alzate, secretario de la arquidiócesis de Cali, dijo no saber nada de la vida del padre Sendoya, confirmando que este se hallaba radicado en los Estados Unidos.

Por su parte el padre Manuel Alzate dijo también que no había tenido noticias de Sendoya desde que se radicó en Norteamérica.



# Nuevos Choques entre Honduras y Salvador

Los salvadoreños acusan a los hondureños de haber intentado dos invasiones. Posibles bajas en un encuentro. Continúa la mediación.



Este mapa, publicado en México, muestra el sitio donde tuvo lugar el choque entre tropas de El Salvador y Honduras la noche del jueves pasado, en la población salvadoreña de El Poy. (Radiofoto de United Press International).

Nuevos choques armados, en los que al parecer hubo bajas, se registraron ayer entre unidades armadas de El Salvador y Honduras, países centroamericanos que se hallan enfrentados a raíz de los encuentros eliminatorios de fútbol de la Copa Mundial. Según informaron voceros de El Salvador, tropas hondureñas intentaron penetrar dos veces al territorio nacional, pero fueron rechazadas. Honduras, a su vez, rechazó los cargos salvadoreños y reveló que se han impartido a sus tropas instrucciones en el sentido de no responder a ninguna provocación. Mientras los dos países se acusaban mutuamente, otras naciones centroamericanas tratan de mediar en el conflicto para evitar la disolución del Mercado Común Centroamericano. (Página 10A)

## Convocado Congreso de Arroceros

Se Reune el viernes próximo.

La junta directiva de la Federación Nacional de Arroceros convocó ayer un Congreso nacional Extraordinario del ramo, que tendrá lugar en Tegucigalpa el próximo viernes. El tema central del Congreso, según informó el gerente general de la Federación, Jorge Ruiz Quiroga, es el de analizar las circunstancias e incidencias que hacen relación con el cultivo y el mercado del arroz. Asimismo, informó el alto ejecutivo que las normas de sustentabilidad y precios de sustentabilidad. (Página 7A)

# Boletas para el Mundial Las Venderán Desde Mañana en México

México, Julio 12 (UPI).— Los boletos para el campeonato mundial de fútbol del próximo año se pondrán a la venta el próximo lunes, anunció hoy Guillermo Cañedo, presidente del Comité Organizador. Cañedo dijo que la Gran Bretaña había hecho un pedido cinco veces superior a la cuota asignada, "y es casi imposible poder enviar esa cantidad de boletos", agregó. Los partidos por el torneo mundial serán juzgados en junio del próximo año en cinco ciudades mexicanas: México, Puebla, Toluca, Guadalajara y León. Los precios de los boletos serán los más baratos en la historia de la copa, dijo Cañedo. Costarán desde cinco pesos (40 centavos de dólar), los más económicos en las localidades de todos los estados, hasta mil pesos (80 dólares) para una serie de 10 partidos en la tribuna de preferencia del estadio azteca en ciudad de México, incluyendo los juegos finales. La mayoría de los boletos serán reservados para los aficionados mexicanos "que son los que vienen a apoyarnos cada domingo", afirmó Cañedo, quien es además, presidente de la Federación Mexicana de Fútbol.

Una vez treinta mil localidades serán vendidas a los aficionados extranjeros, pese a "que nosotros hemos creído que podríamos vender más boletos en el extranjero". Añadió Cañedo que unos 239,000 boletos serán vendidos a los aficionados mexicanos. LA VENTA De las cuotas asignadas para el extranjero, cerca de 24 mil boletos se empezarán a vender el próximo lunes, y el resto después de que los partidos eliminatorios se completen en todo el mundo y el sorteo que se celebrará el 10 de enero próximo señale qué equipos jugarán y en cuáles ciudades. — Además de México, que será el país anfitrión, el único país que tiene asegurada su clasificación es Inglaterra por ser el actual campeón del mundo. El equipo inglés deberá actuar en Guadalajara, donde existe un cupo para por lo menos once mil aficionados. "Hay un pedido ya de más de 16 mil boletos desde Inglaterra", dijo Cañedo. De la cuota de 30 mil boletos fijada para Guadalajara, un cupo proporcional tendrá que ser reservado para los aficionados extranjeros de los otros equipos que completarán el grupo de finalistas.

# El Gobierno Recuperará 600 Mil Hectáreas Petrolíferas

El anuncio lo hizo el Ministro de Minas, Carlos Gustavo Arrieta. — Bases de los nuevos contratos con la Texas y la Gulf Oil. — No se modificará el sistema de concesiones. — Amplia colaboración de las compañías extranjeras.

El ministro de Minas, Carlos Gustavo Arrieta, anunció ayer la recuperación por parte del gobierno de 600,000 hectáreas de terrenos de petróleo, posibilidades petrolíferas, ubicados en la zona del Putumayo y que están en poder de la Texas Petroleum Company y la Colombiana Gulf Oil Company, compañías que explotan los yacimientos ubicados en esa región. Los terrenos fueron devueltos a la nación por las dos empresas mencionadas dentro de los términos de los nuevos contratos suscritos con

ellas en los últimos cinco años. Las participaciones del gobierno por concepto de regalías y de acciones superficiales de las compañías que desvincularán a este renglón de la economía en el país. El ministro expresó que el cumplimiento del nuevo acuerdo con las compañías extranjeras —cuyas negociaciones terminaron el pasado mes de mayo y en las cuales la Texas y la Gulf prestaron apoyo técnico y financiero para su explotación, la que podrá adelantarse por cuenta propia o en asociación con compañías que desvincularán a este renglón de la economía en el país.

El ministro expresó que el cumplimiento del nuevo acuerdo con las compañías extranjeras —cuyas negociaciones terminaron el pasado mes de mayo y en las cuales la Texas y la Gulf prestaron apoyo técnico y financiero para su explotación, la que podrá adelantarse por cuenta propia o en asociación con compañías que desvincularán a este renglón de la economía en el país. El ministro expresó que el cumplimiento del nuevo acuerdo con las compañías extranjeras —cuyas negociaciones terminaron el pasado mes de mayo y en las cuales la Texas y la Gulf prestaron apoyo técnico y financiero para su explotación, la que podrá adelantarse por cuenta propia o en asociación con compañías que desvincularán a este renglón de la economía en el país. El ministro expresó que el cumplimiento del nuevo acuerdo con las compañías extranjeras —cuyas negociaciones terminaron el pasado mes de mayo y en las cuales la Texas y la Gulf prestaron apoyo técnico y financiero para su explotación, la que podrá adelantarse por cuenta propia o en asociación con compañías que desvincularán a este renglón de la economía en el país.

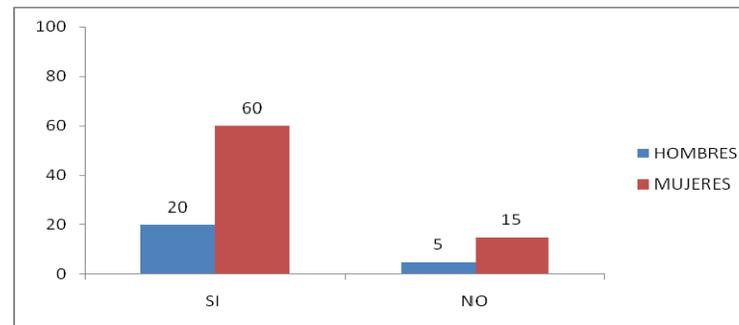
# Nuevos Choques entre Honduras y Salvador

Los salvadoreños acusan a los hondureños de haber intentado dos invasiones. Posibles bajas en un encuentro. Continúa la mediación.

### III. ENCUESTA A OYENTES:

Las siguientes gráficas recogen la información principal de una encuesta que hicimos vía web (survey) a personas que formaran parte del target primario al que se dirige *Alunizando*<sup>36</sup>.

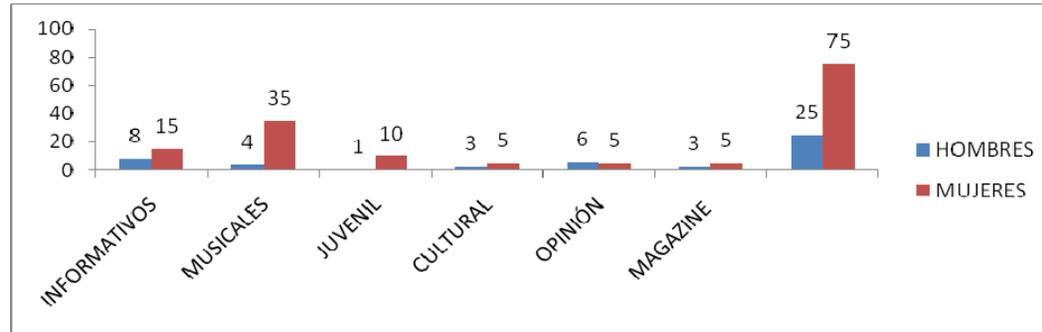
#### ¿Escucha radio con frecuencia?



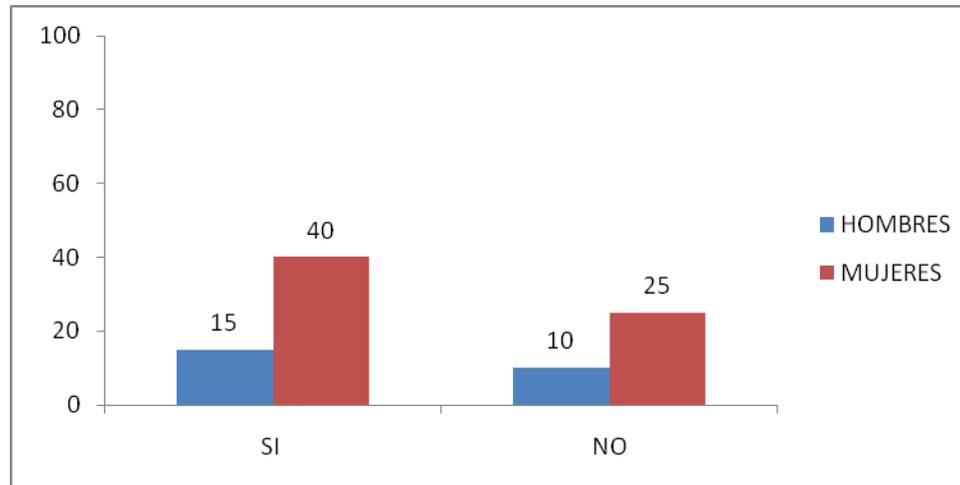
---

<sup>36</sup> La muestra está conformada por hombres y mujeres (200 personas en total: 150 mujeres y 50 hombres) de 18 a 55 años; de estratos 2,3,4 y 5, originarios de Bogotá (y otras ciudades de Cundinamarca), Cali, Bucaramanga, Medellín, Barranquilla y Santa Marta.

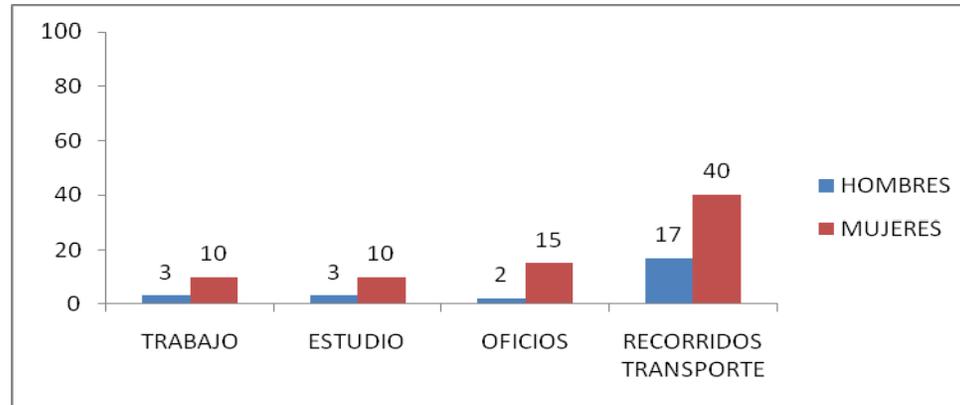
### ¿Qué tipo de programas suele escuchar?



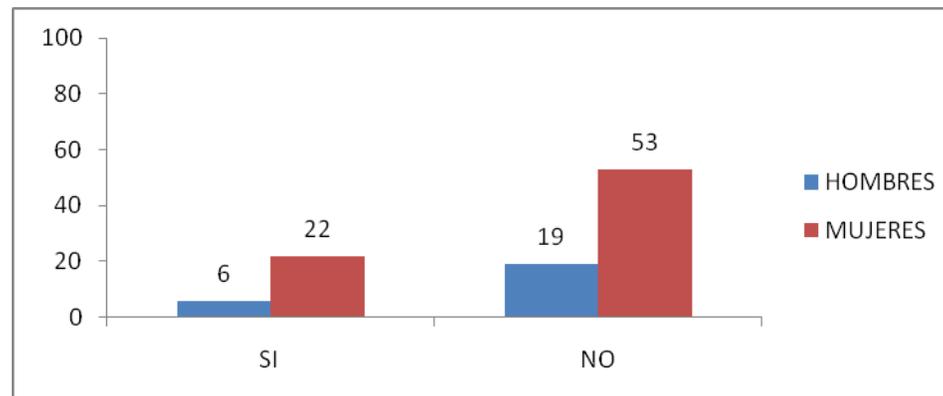
### ¿Acompaña usualmente algunas de sus actividades con la radio?



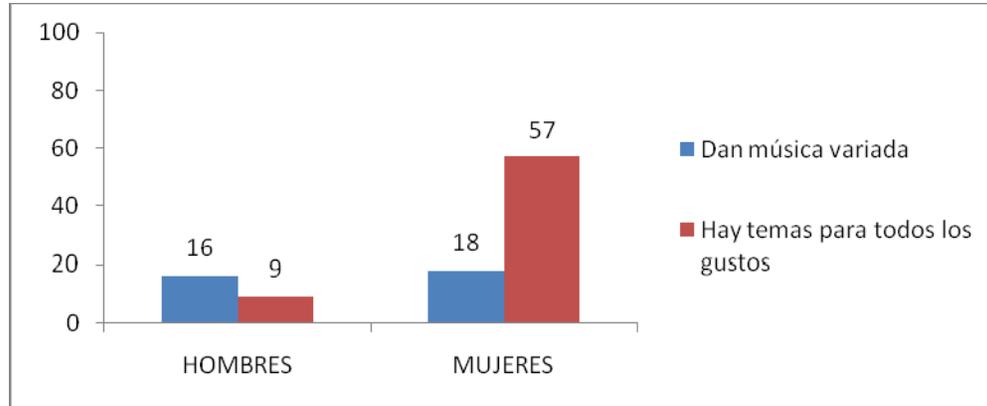
### ¿Cuál?



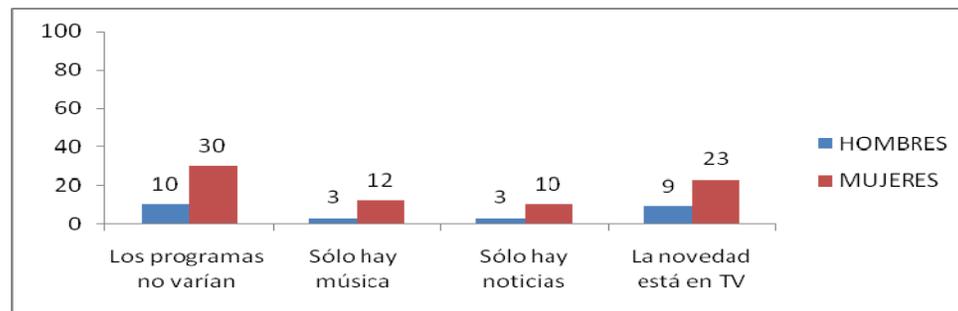
### ¿Considera que la radio actual es novedosa?



### ¿Por qué sí?



### ¿Por qué no?



### ¿Cuáles de estos formatos le gustaría escuchar en la radio?

