

Resumen*

Historia de la Radiodifusión en Bucaramanga 1929-1960**

Palabras Claves:

Radiodifusión

Historia

Bucaramanga

Regional

La radiodifusión bumanguesa tuvo un desarrollo desde lo local, proyectándose a nivel nacional y alcanzando altos niveles de calidad en la programación que emitió y la estructura de la misma. Las emisoras configuraron un lenguaje local propio en cuanto a la idea que de diversión, información y educación transmitieron en su programación. Las tres emisoras locales - Radio Bucaramanga, Radio Santander y Radio del Comercio - ejercieron una fuerte influencia en la configuración de la regionalidad y la localidad, resaltando valores y sentidos locales y regionales. Así el desarrollo de las empresas muestra la evolución de un medio de comunicación que a principios del siglo XX daba sus primeros pasos y que tres décadas después se constituía en elemento fundamental en aspectos tan importantes como la economía y la educación. La radiodifusión local contribuyó en el desarrollo regional abriendo una brecha importante en la concepción de la "comunicación" que hasta su llegada se había manejado en la ciudad. La radiodifusión local se constituyó como parte fundamental de la ciudad en los espacios cotidianos de la misma, la ciudad y la región se conectan a través de la escucha de la radio y los adelantos tecnológicos acortaron distancias, situación que posibilitó la idea de pertenencia en lo que a la santandereanidad se refirió.

* Tesis

** Universidad Industrial de Santander. Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Historia.
Bucaramanga, Octubre del 2004

Summary*

History of the Broadcasting in Bucaramanga 1929-1960 **

Passwords:

Broadcasting

History

Bucaramanga

Regional

The broadcasting in Bucaramanga had a development from the local thing, being projected at national level and reaching high levels of quality in the programming that emitted and the structure of the same one. The radio stations configured an own local language as for the idea that you/they transmitted in their programming of amusement, information and education. The three local radio stations - Radio Bucaramanga, Radio Santander and Radio of the Trade - they exercised a strong influence in the regional configuration and the town, standing out securities and local and regional senses. This way the development of the companies sample the evolution of a means of communication that took their first steps at the beginning of the XX century and that three decades later it was constituted in fundamental element in aspects so important as the economy and the education. The local broadcasting contributed in the regional development opening an important breach in the conception of the "communication" that had been managed in the city until its arrival. The local broadcasting was constituted like fundamental part of the city in the daily spaces of the same one, the city and the region is connected through he/she listens to it of the radio and the technological advances shortened distances, situation that facilitated the idea of ownership in what referred to the santandereana identity.

* Thesis

** Industrial university of Santander. Ability of Human Sciences. School of History. Bucaramanga, October 2004

**HISTORIA DE LA RADIODIFUSIÓN EN BUCARAMANGA
1929-1960**

CARLOS ENRIQUE COGOLLO ROMERO

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HISTORIA

2004

**HISTORIA DE LA RADIODIFUSIÓN EN BUCARAMANGA
1929-1960**

CARLOS ENRIQUE COGOLLO ROMERO

DIRECTOR

ARMANDO MARTÍNEZ GARNICA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HISTORIA

2004

Todo hombre tiene un destino. El imperativo es seguirlo,
no importa donde lo lleve.
Henry Miller.

A Carla, mi compañera gracias mi amor por hacer cada día más liviano el
peso de mi cruz.

A mi familia, a todos, Papi, Mami, Lisy, Evert, Rafa, Maro, Juancho, Marce,
Any, Sebas, Evercito, Alejandra, Mamá Argelia, y mi tía. Por ser las más
grandes y hermosas personas que dios pudo darme, gracias desde lo más
profundo de alma, los amo.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por su gran bendición en mi vida.

Mis agradecimientos más profundos a:

Mabel, Don Poli y Doña Berta por abrir las puertas de su casa y de su corazón para mí, los recordare siempre.

A la familia López Niño, a todos, gracias por su incalculable ayuda y cariño.

A la familia Heredia Duarte, gracias por hacerme sentir uno más de ustedes.

A Armando Martínez Garnica, director de este trabajo, por su valiosa colaboración.

A Don Francisco “Kiko” Navarro, Don José Antonio Churio y Don Carlos Martínez Rojas, por su valiosa, entusiasta y desinteresada colaboración.

A los amigos, a todos, ellos saben quienes son.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	8
1. LA RADIODIFUSIÓN EN COLOMBIA	12
1.1. DE LA AFICIÓN A LA EMPRESA	12
1.2. LA RADIODIFUSIÓN EN BUCARAMANGA	22
1.3. EN LOS DÍAS INICIALES	22
2. LA EMISIÓN RADIAL	34
3. LOS PATROCINADORES DE LA RADIO	52
3.1. EL ASPECTO COMERCIAL	52
4. LA RADIODIFUSIÓN BUMANGUESA	65
4.1. UNA MIRADA CRITICA	65
CONCLUSIONES	79
FUENTES	83
BIBLIOGRAFÍA GENERAL	86
BIBLIOGRAFÍA ESPECIFICA	87

INTRODUCCION

El desarrollo de los medios masivos de comunicación ha determinado decisivamente el derrotero de las sociedades contemporáneas. El siglo XX fue aquel en el que las comunicaciones masivas se convirtieron en elemento fundamental de la administración de los estados modernos, al punto que hoy son la condición primaria del funcionamiento del mundo económico y de la seguridad nacional. El tránsito de los correos de posta hacia la comunicación telegráfica fue un progreso que significó un inmenso ahorro de energía y tiempo, pero desde entonces los desarrollos técnicos fueron vertiginosos y las comunicaciones a larga distancia tardaron menos de un siglo en desarrollar artificios capaces de comunicar en segundos distancias globales. Pero, más allá del simple hecho de enviar mensajes o de hablar con otras personas separadas por largas distancias, el desarrollo de las comunicaciones expresa del desarrollo de procesos económicos singulares de integración mundial y de expansión de todos los mercados de productos y de servicios.

La expansión de las comunicaciones es una medida del nivel de desarrollo e integración de una sociedad, de cohesión de los mercados y de los sistemas de producción, de puesta a prueba de las identidades culturales y, en general, de intensificación de las interdependencias entre todos los estados nacionales.

Los medios masivos de comunicación sirven entonces los propósitos del control social y político en cualquier sociedad contemporánea, de homogeneización cultural y de enriquecimiento de los intercambios sociales. En este sentido, los medios masivos de comunicación son herramientas indispensables para cualquier régimen político establecido en la sociedad. Así mismo, los niveles de penetración que los medios puedan alcanzar están determinados por los niveles de desarrollo de esa misma sociedad.

La radiodifusión fue el primer medio masivo de comunicación al que tuvieron acceso las masas analfabetas de todas las naciones. La prensa, aunque durante mucho tiempo sirvió para la difusión de ideas y noticias entre el pequeño grupo de los alfabetizados, no fue un medio de tan alta difusión como llegó a serlo la radiodifusión, una vez que se sentaron las bases para su audición masiva. El desarrollo de este medio masivo de comunicación ofreció la posibilidad de extender a todas las personas, sin distinción alguna, cualquier mensaje que pudiera ser emitido al aire. Al igual que lo haría después el cinematógrafo, la radiodifusión modificó en gran escala las pautas del consumo y del comportamiento cultural. Esta eficacia fue función de su organización en empresas comerciales y estatales de alta rentabilidad.

El propósito de esta investigación es la reconstrucción de introducción de la radiodifusión en el espectro local de la ciudad de Bucaramanga, examinando la forma y los móviles que impulsaron a los primeros empresarios de la radiodifusión comercial, así como la consolidación de las empresas. En virtud de que la transferencia de la propiedad de estas empresas a los accionistas de las grandes cadenas radiales de cobertura nacional eliminó sus archivos propios, las fuentes disponibles no fueron más que el periódico *Vanguardia Liberal* y la memoria personal de un pequeño grupo de personas que laboraron en las tres primeras radiodifusoras locales, fundadas entre 1929 y 1960.

El relato que se ofrece a continuación es deudor de esa memoria privilegiada, y se ha dividido en cuatro capítulos temáticos, unidos por un hilo conductor que es el desarrollo de la radiodifusión en los aspectos técnicos, de emisión, económicos y de concepción.

La recepción de la radiodifusión en la ciudad de Bucaramanga produjo un impacto en los términos de la comercialización mercantil que hasta 1935 se había utilizado, así como en la cultura popular existente. Aunque en sus comienzos no fue más que una novedad técnica para la difusión de mensajes entre los aficionados, con rapidez se convirtió en empresa comercial de alta rentabilidad en el contexto de la economía regional. Se mostrará en el primer capítulo la forma en que las empresas radiodifusoras locales comenzaron ese camino hacia la rentabilidad económica, partiendo de las emisiones de ensayo hasta llegar a las emisiones comerciales y continuas. En principio, se establecerá la forma en que la prensa local consideró de suma importancia el hecho de que la ciudad contara con al menos una estación radiodifusora. Así mismo, como desde este medio de difusión se entendió la radiodifusión como una herramienta en la lucha contra el analfabetismo. En general, se establecerán brevemente los antecedentes que acompañaron las primeras emisiones radiales en la ciudad. En el segundo capítulo se examinarán los mensajes emitidos por la programación de las emisoras de la ciudad. La forma en que la programación se configuró entre 1935 y 1960 mostró un cambio en la intencionalidad de los empresarios radiodifusores en cuanto a los horarios y los programas que fueron emitidos. En efecto, de la improvisación en la programación de los primeros años se pasó a una emisión estructurada y organizada teniendo en cuenta el público al que se dirigía, la cual expresa bien los roles sociales que ejercían los géneros y los intereses de los mismos en términos de los códigos sociales establecidos.

En general, en la radiodifusión bumanguesa se muestra claramente la función que cumplió en términos de la utilidad que los medios masivos de comunicación ejercieron en los aspectos sociales, políticos y económicos. La emisión radial bumanguesa fue básicamente para la educación, la información y el entretenimiento.

El aspecto comercial se desarrolla en el tercer capítulo y a través del mismo se expresa el crecimiento y la importancia que en este sentido alcanzaron las empresas radiodifusoras de la ciudad. El crecimiento económico de las emisoras se muestra por medio del número de patrocinadores que pudieron conseguir, dado que en 1960 las tres emisoras de la ciudad ya tenían un alto nivel de publicidad y habían logrado diversificar de manera eficiente sus formas de obtener patrocinios para todos los horarios de programación. Así mismo, la cantidad de productos y servicios que fueron publicitados a través de las emisoras muestra la importancia que a nivel de la economía regional alcanzaron las empresas. Finalmente, se muestra que durante la década de 1950 los radioescuchas de la ciudad ya tenían un alto nivel de exigencia en cuanto a la programación recibida. Del simple hecho de escuchar la radio se pasó a la observación crítica de la programación de cada una de las radiodifusoras. En este sentido, se argumenta que la calidad de los mensajes fueron importantes para los oyentes, y que con la llegada de otros medios masivos de comunicación los empresarios fueron obligados a rediseñar la emisión y a tener en cuenta la opinión de los oyentes.

LA RADIODIFUSION EN COLOMBIA

De la Afición a la Empresa

Los orígenes de la radiodifusión comercial en Colombia, al igual que en el resto del mundo, es posible situarlos en las actividades que desarrollaron los grupos de radioaficionados, quienes construyeron o compraron equipos de comunicaciones de onda corta y sintonizaron frecuencias internacionales para comunicarse con radioaficionados de otros países. La organización de clubes de radioaficionados fue registrada por la edición del periódico Vanguardia Liberal correspondiente al 23 de noviembre de 1928:

Se fundará club de Radio: Los aficionados al radio proponen fundar en la ciudad de Bucaramanga un club donde puedan mantener su afición. Para tal fin, ya se han efectuado reuniones.

Esta actividad no tenía ninguna intención comercial. Se trataba, simplemente, de una afición cuya finalidad era comunicarse con otros radioaficionados del país y del mundo. Fue a partir de estas experiencias de radioaficionados que se conformaría la radiodifusión comercial en el país. Las primeras transmisiones comerciales de prueba fueron realizadas “el 10 de junio de 1925 desde Bogotá por la Compañía Colombiana de Radio establecida por la Casa Montoya y Patiño CIA”.¹

¹MARTÍNEZ ROJAS, Carlos. Los Años de la Radio. Voces de Santander. Editorial La Bastilla. Bucaramanga, 1994. Pág. 12.

Pero las transmisiones efectivamente comerciales fueron emitidas en 1927 por la “Voz de Barranquilla”, una radiodifusora casera de don Elias Pellet Buitrago, quien utilizó para ello sus equipos de radioaficionado. Es por ello que se considera que los inicios de la radiodifusión en Colombia hay que localizarlos en la ciudad de Barranquilla.

A la vista de estos primeros intentos comerciales, el Estado colombiano intervino con rapidez para regular la radiodifusión:

Desde 1925 el Ministerio de Correos y Telégrafos advierte el potencial de las comunicaciones radiotelefónicas. Y Por tal razón esta debía estar bajo control oficial, debido al peligro que implicaba para la seguridad del Estado la transmisión de cierto tipo de información, noticias falsas o la difusión de ideas que perjudicaran la tranquilidad del país, mientras que los fines de entretenimiento y educación eran secundarios².

El Gobierno Nacional se interesó también por contar con su propia radiodifusora en el espectro nacional:

El Estado tardó cuatro años para montar una estación radiodifusora, así como para permitir legalmente la operación de emisoras particulares que de manera experimental venían operando en varias ciudades del país al final de los años veinte... Finalmente, la emisora fue inaugurada el 5 de septiembre de 1929³.

En 1928 se inició en el país el montaje de las primeras emisoras con objetivos comerciales. Sin embargo, las primeras licencias otorgadas oficialmente y con esos fines no fueron expedidas sino hasta el primer semestre de 1930, durante el gobierno de Miguel Abadía Méndez, siendo ministro de Correos y Telégrafos el curiteño Ismael Enrique Arciniegas.

² CASTELLANOS Nelson. La Civilización del Ilustrado. Proyecto Ilustrado de Radiodifusión en Colombia (1929-1940). s. n

³ Ibíd.

En ese momento, el Gobierno Nacional ya había comenzado la regulación de las emisoras existentes y dispuso de pautas legales para las futuras:

Se concedieron las primeras licencias a los radioaficionados, permitiéndoles actuar como organizaciones comerciales. La cláusula 19 de la disposición decía: Para la instalación de micrófonos en Bogotá o en otras ciudades de la república, se requiere la autorización previa del Ministerio del ramo, además de la licencia que debe obtener el concesionario o los dueños del sitio respectivo.⁴

Sin lugar a dudas, la radio afición generó la radiodifusión comercial en Colombia. Muchos de los primeros radioaficionados pasaron luego a convertirse en empresarios radiales. Ejemplos de este proceso son, además del mencionado Elías Pellet con su emisora La Voz de Barranquilla, Gustavo Uribe - quien el 20 de mayo de 1930 inauguró la emisora La Voz de Bogotá -, y Pompilio Sánchez quien inició transmisiones desde una emisora situada en la ciudad de Tunja. En Bucaramanga, los ejemplos son Francisco Bueno Burgos, cofundador de Radio Bucaramanga y fundador de la Santander Broadcasting, y Gustavo Sorzano, técnico radial que llegó a convertirse en propietario de la Radio Bucaramanga.

Sin embargo, entre 1925 - fecha en la que hemos situado las primeras emisiones radiales - y 1930, cuando se establecieron emisiones regulares en emisoras comerciales legalmente constituidas, no se puede hablar aún de popularización de la radio comercial. Para la fecha, los servicios de electricidad domiciliaria y la propiedad de un aparato receptor de radio eran dos elementos bastante escasos entre la población.

⁴ CASTRO, José Félix. Estructura de la Radio Difusión. Ed. Publicitaria, Bogotá 1988, Pág., 28.

Si se tiene en cuenta que para existir las radiodifusoras necesitaban radioescuchas dotados de aparato receptor conectado a la red de fluido eléctrico, hay que afirmar que al comienzo se trataba sólo de experiencias sin propósito comercial explícito.

No obstante, entre 1930 y 1940 la radiodifusión adquirió la popularidad que la convirtió, durante la siguiente década, en el medio de difusión comercial, cultural y político más importante del país:

Luis López de Mesa, ministro de Educación Nacional en 1935 y divulgador del proyecto esbozado por López Pumarejo, expone en su informe anual al Congreso los puntos del plan que busca llevar a los municipios y corregimientos que tengan entre 500 y 5000 habitantes: el bienestar material y la dignidad espiritual representados en la escuela aldeana, una casa social que sirva como salón de festividades, cinematógrafo, radio y biblioteca. Para tal efecto, el Estado se compromete a suministrar aparatos receptores de radiodifusión confiando en que este medio acercará a los campos las ventajas culturales de la ciudad, llevará más directamente las orientaciones del Gobierno a la mente de todos los ciudadanos, impondrá a la universidad la misión docente que debe cumplir, así como a las normales y demás instituciones técnicas, sin descuidar la información de noticias ni el culto regocijo de buenos programas musicales.⁵

Fue en la década de los años cuarenta que se generalizó la idea de que la radio era un excelente medio, no solamente de información, sino también de publicidad. Los comerciantes, los industriales y todo el que tenía algo que anunciar automáticamente pensaba en la radio. En un país con índices de analfabetismo tan altos, la radiodifusión se convirtió en un instrumento fundamental de las acciones estatales y privadas que tenían que contar con este obstáculo a sus fines. El desarrollo de la radiodifusión se produjo, entre otras circunstancias, por la solución que este medio de comunicación ofrecía a los intentos de hacerle llegar mensajes a la población analfabeta del país.

⁵ *Ibíd.* Pág. 2

La radiodifusión fue la encargada de transmitir la información. En cierta medida pasaron a tener menos importancia en términos de las noticias los periódicos, para convertirse más en un medio de opinión, de comentario, de ilustración y no de noticia. “Podemos afirmar entonces que fue la radiodifusión la encargada de transformar los sistemas de comunicaciones en el país”⁶. En este sentido, es posible encontrar en el periódico *Vanguardia Liberal* numerosas alusiones a conferencias, charlas, conciertos de música clásica y colombiana ofrecidos a los escuchas:

Conferencias culturales por Radio: El ministro de Comunicaciones, señor García, acogió la idea lanzada por el literato don Luis Enrique Osorio, quien patrocinará las conferencias culturales semanales por radio, tendientes a despertar el sentimiento nacionalista, y el cultivo del arte propio.⁷

El impacto y las posibilidades de la radiodifusión en la vida nacional fueron registrados por los más conspicuos analistas de la época: “Establecida la estación oficial de Puente Aranda, es natural aprovechar este maravilloso invento como medio de una intensa propaganda cultural colombiana por la acción constante de conferencias científicas, audiciones artísticas, en donde encuentren vasto campo toda la inteligencia y actividades de nuestros compatriotas”⁸.

⁶ Entrevista personal con el señor Francisco Kiko Navarro. Febrero 23 del 2003. En: archivo personal del autor.

⁷ *Vanguardia Liberal*, Bucaramanga miércoles 4 de diciembre de 1929.

⁸ *Vanguardia Liberal*. “El Radio en la Vida Nacional”. Bucaramanga, martes 26 de 1929.

Desde sus inicios, la radiodifusión modificó el quehacer cotidiano de las personas y lugares a donde llegaban sus ondas:

El aparato amplificador, instalado en el municipio de Fontibón, ha generado que los trabajadores al dejar sus faenas al atardecer de cada día, pasan por la Alcaldía para preguntar cuál es el programa y por la noche se reúnen en la plaza a oírlo, dejando desiertas las tiendas de licores lugares obligados de citas en antes, para derrochar el dinero en frecuentes libaciones con grave perjuicio para la salud pública e individual.⁹

La radiodifusión modificó las representaciones de las personas que se convertían en radioescuchas. A través de ella, un colombiano de la costa norte del país pudo integrar a su imaginario las formas de la sensibilidad y de vida de sus connacionales del interior del país. De esta manera, se pusieron en marcha procesos de integración cultural y económica que los rudimentarios sistemas de comunicación del territorio nacional habían retardado en el pasado. Los ciudadanos enriquecieron sus noticias sobre lo que acontecía en todos los ámbitos de la vida nacional. Fueron muchos los programas dedicados a las distintas ciudades del país en los que se resaltaban los atributos de sus gentes, los productos de la región, su folklore, su belleza y las posibilidades de la misma. Un ejemplo de ello es el siguiente:

Programa de Radio Dedicado a Bucaramanga: La estación radiodifusora de Barranquilla transmitirá un selecto programa dedicado a Bucaramanga especialmente, todos los radios de la ciudad deben estar listos para captar el homenaje que la hermosa ciudad del Atlántico tributará a Bucaramanga¹⁰.

⁹ *Ibíd.*

¹⁰ Vanguardia Liberal. Mayo 23 de 1934.

De igual manera, la radiodifusión estuvo presente en y coadyuvó a la integración de los recién llegados a los centros urbanos, que fueron los lugares en donde se concentraron los esfuerzos del Estado por modernizar e industrializar el país: "... se calcula que entre 1930 y 1940 ya existían unas 800 fabricas en todo el país, situación que coincide con el crecimiento y consolidación comercial de la radio, que se da entre 1929 y 1940"¹¹. Aquí la radiodifusión cumplió un papel fundamental en la medida en que conquistó a la naciente masa de consumidores que llegaban a las ciudades en su nueva condición de asalariados. Los industriales, estimulados por la política de sustitución de importaciones, adquirieron estaciones de radio para promocionar sus productos.

La radiodifusión entró a formar parte del conjunto de acciones públicas y privadas orientadas a la creación de un mercado nacional: "Empresarios de cervecerías, de gaseosas intervinieron en el negocio de la radiodifusión, pero fueron motivaciones económicas las que llevaron a esos grandes conglomerados a apoderarse de un gran número de emisoras, hubo cadenas que llegaron a tener hasta cien emisoras afiliadas, en un buen porcentaje de su propiedad "¹². De ahí la importancia que le otorgaron los empresarios, dando paso a la adquisición de varias emisoras en distintas ciudades del país. Este proceso se consolidó entre 1940 y 1957, generando tres grandes grupos que concentraron casi todas las emisoras existentes: Cadena Radial Colombiana (CARACOL) en 1949, Radio Cadena Nacional (RCN) en 1949, y el grupo TODELAR en 1957. Los intentos de creación de la radiodifusión en cadena venían de tiempo atrás.

¹¹ LÓPEZ FORERO, Luis. Introducción a los Medios de Comunicación. USTA. Bogotá, 1994. Pag 15.

¹² Entrevista personal con el señor Francisco KiKo Navarro. Febrero 24 del 2003. En: archivo personal del autor

Los primeros ensayos se realizaron a partir “de 1936, cuando se hizo el primer experimento de cadena radial utilizando las ondas cortas de algunas emisoras; estos intentos se realizaron en la emisora Nueva Granada de Bogotá”¹³. Las primeras transmisiones en cadena se lograron en 1938, después de ocho meses de intentos, y “tomando como base a Nueva Granada, en sus frecuencias de 950 y 6160 kilociclos, y fue posible enlazar, por onda corta, Nueva Granada con emisoras de Medellín, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga y Cúcuta, formando una cadena independiente y transitoria, llamada CADENA KRESTO”¹⁴.

La transmisión en cadena abrió paso a una nueva etapa de la radiodifusión en el país. En este sentido, la inmediatez de la información adquirió proporciones sin precedentes y se vislumbró la posibilidad de tener una idea más clara y precisa del país en el que se habitaba. Fue posible a través de la transmisión en cadena integrar, al menos en un plano intangible, un territorio fragmentado en términos no sólo físicos, sino también económicos, sociales, políticos y culturales. Sin planearlo, los empresarios radiales le dieron al país un medio de gran impacto para el propósito de la integración nacional. A la transitoria CADENA KRESTO le siguieron, en el mismo año de 1938,

La Casa Bayer de Alemania, seccional de Colombia, que sugirió la integración de una cadena radial. La emisora Nueva Granada aceptó la propuesta, iniciando conversaciones con otras radiodifusoras del país, para constituir lo que habría de llamarse Cadena Azul Bayer, que tendría como fin básico la promoción de los productos de la Casa Bayer. Este nuevo experimento trajo consigo una importante innovación a la radiodifusión nacional, integrando en el sistema de transmisión en cadena la utilización de los servicios de telefonía de larga distancia. Con este sistema fue posible enlazar a Bogotá con Ibagué, Armenia, Manizales, Pereira, Cartagena, Tulúa, Palmira, Cali y Buenaventura¹⁵.

¹³ Castro, José Felix, Estructura de la Radiodifusión. Ed. Publicitaria. Bogotá 1988. Pág., 32

¹⁴ *Ibid.* Pág., 33.

¹⁵ *Ibid.* Pág., 34

Estos primeros intentos se suspendieron en 1939, cuando la transmisión en cadena dejó de hacerse por los altos costos que demandaba el sistema de telefonía. Fue sólo hasta 1946 cuando fueron reanudas las transmisiones por la Cadena Bolívar, que transmitió entre Bogotá y Medellín, pese a su relativa corta vida.

En 1949, como ya se dijo, se formalizó la sociedad comercial que dio origen a Radio Cadena Nacional (RCN), cuyos propietarios originales fueron Roberto Ramírez y Bernardo Tobón de La Roche, dueños de Nueva Granada y Radio Pacífico, respectivamente. En 1952 esta Cadena adquirió dos nuevas emisoras: La Voz de Pereira y Radio Santander, de Bucaramanga. Con estos eslabones, la Cadena radial comenzó su crecimiento irrefrenable. En este siguiente y definitivo intento, se hicieron los primeros ensayos de transmisión en frecuencia modulada, una tecnología que fue incorporada desde 1953.

En 1949 también se organizó el segundo grupo radial de trabajo en cadena, adoptando el nombre de Cadena Radial Colombiana (CARACOL). Ésta nació con tres eslabones: Nuevo Mundo en Bogotá, La Voz de Antioquía en Medellín y R.C.O. (Compañía Radiodifusora de Occidente) en Cali. A estas organizaciones radiales les siguieron el Sistema Radial Reloj (también fundado en 1949), la Super Cadena Radial (1952), la Asociación Colombiana ARCO (1953) con sede en Cali, y el Circuito TODELAR, que fue inaugurado en 1957. Durante la década de los años sesenta nacieron y desaparecieron otras cadenas radiales, que no pudieron captar las pautas publicitarias que ya tenían aseguradas las primeras cadenas radiales, saliendo del mercado de la radiodifusión.

La radiodifusión fue testigo privilegiado de la creación de nuevas industrias que emplearon el espectro radial para ampliar sus mercados. Al incrementarse el uso de la electricidad domiciliaria las emisoras tuvieron la posibilidad de estar más tiempo en el aire y se estimuló la importación de aparatos receptores, hasta que finalmente comenzó la producción masiva de receptores de radio por empresas como Philips Colombiana S.A. A., establecida en Bogotá a finales de los años cuarenta. “Los primeros receptores que se comercializaron en el país fueron de marcas tales como Philco, General Electric, Telefunken, Punto Azul, Zenith y el Hailcracter”¹⁶.

En síntesis, la radiodifusión que había ingresado al país como la aventura de algunos curiosos terminó convirtiéndose en una poderosa actividad comercial con un promisorio futuro. La radiodifusión se presenta hoy día en algunos lugares del país como el único medio de información y divulgación. En lo político no resulta atrevido afirmar que es una herramienta de suma importancia para la propaganda y la adhesión. En lo económico es quizá el puente más confiable para la comercialización de productos de toda clase. En lo social sirve de instrumento de denuncia y promoción, no solo de la sociedad civil, sino también del Estado, y en lo cultural es el medio de divulgación mas difundido al que pueda acceder las organizaciones religiosas, artísticas, universitarias y comerciales.

¹⁶ Entrevista personal con el señor Francisco Kiko Navarro. Febrero 24 del 2003 En: archivo personal del autor.

LA RADIODIFUSION EN BUCARAMANGA.

En los Días Iniciales

Durante la tercera década del siglo XX las gentes de Bucaramanga vivían una cotidianidad apacible y lenta en la que los cambios sólo eran percibidos a través de la construcción de nuevas obras civiles y del acceso a los nuevos servicios públicos. La diversión estaba marcada por las retretas domingueras, los paseos a los campos cercanos a la ciudad, la visita a las plazas y parques, y las funciones del teatro Peralta, seguidas posteriormente por las del teatro circo Garnica. La tradición católica, profundamente arraigada en los bumangueses y en los recién llegados, que se manifestaba en la concurrencia a las misas dominicales, completaba el cuadro que constituía la vida cotidiana de los habitantes de la ciudad. Pero ya la magia de la tecnología manifiesta en la telegrafía y la telefonía estaba al alcance de los ciudadanos. En 1929 *La Vanguardia Liberal* titulaba con la expresión “Comunicación radio telegráfica entre Bogotá y Nueva York” un pequeño informe sobre la conversación que habían sostenido el vicepresidente de la United Press en Nueva York con el padre Sarazola, director del Observatorio, y con el señor Guillermo Pérez Sarmiento, presidente de la United Press en Colombia.

La prensa local no dejaba de publicar noticias sobre los desarrollos de las comunicaciones en el país, al tiempo que lamentaba la ausencia de una estación radiodifusora, como las que ya existían en Bogotá y Barranquilla.

Así mismo, no ahorraba esfuerzos para resaltar la labor cultural que la radiodifusión acometía en las ciudades en las que ya contaba con sus empresas especializadas. Encabezados de prensa como “El radio en la Vida Nacional” resaltaban la labor educativa de este medio en el país. Desde sus inicios, la radiodifusión fue entendida como un canal de educación en “las buenas costumbres” y un importante medio para la integración de la nación:

Al desconocimiento del país y la carencia, por ejemplo, de una educación práctica que permitiera explotar los recursos naturales, se unía aquel apocamiento del ánimo nacional sentido aún más con la pobreza material de miles y favorecidos, por la ausencia de una cultura propia. Así que se debía aceptar el mestizaje como riqueza y no como degeneración de la raza. Se debía radiodifundir el discurso de la intelectualidad colombiana para que el mundo supiera cuál era la definición de nuestra cultura a partir de los conceptos emitidos por cada conferencista. En Colombia las elaboradas disertaciones escritas y leídas por radio se encargarían de representar el alma nacional¹⁷.

Una serie de programas realizados por el Estado marcó los inicios de la labor educativa de la radio. Éstos incluyeron créditos para la dotación de las escuelas primarias con aparatos receptores de radio, en la perspectiva de organización de conferencias para ofrecer un curso completo de instrucción primaria. Se trataba de “un plan completo para mejorar nuestros viejos sistemas de comunicaciones y adaptar éstos a las necesidades actuales: rapidez y eficacia”¹⁸. Sin embargo, antes de las transmisiones realizadas desde la ciudad, la radiodifusión ya estaba presente en la vida de los bumangueses mediante la sintonía de emisoras europeas, caribeñas, mexicanas o nacionales. Se sintonizaban especialmente las radioemisoras de Bogotá, a través de las cuales se tenía noticia de las que se llamaban las “Grandes Audiciones”.

¹⁷ CASTELLANOS Nelson. La Civilización del Ilustrado. Proyecto Ilustrado de Radiodifusión en Colombia (1929-1940). s.n

¹⁸ Vanguardia Liberal. Mayo 3 de 1930.

Una de estas audiciones fue emitida el 24 de diciembre de 1931, con lo cual los oyentes pudieron escuchar el célebre coro de la capilla Sixtina de Roma. Esta transmisión se realizó por onda corta desde la estación H.V.J. del Vaticano, enviada directamente a Nueva York, y de allí por la N.B.C. WEAf se distribuyó para Estados Unidos, Canadá y los países suramericanos. La transmisión estuvo compuesta por los algunos cantos religiosos: “O megnum mysteruin“, “Adeste Fideles”, “Contecte Domino”, “Ave María” de Victoria, “Laudatete Domine” y música gregoriana”.¹⁹

La radiodifusión jugó un papel fundamental al menos al impulsar y poner de manifiesto numerosas situaciones del orden nacional. En este sentido, asuntos como el analfabetismo fueron tratados en conferencias y programas especiales que día a día conferían a ésta el papel fundamental que en el futuro jugaría. Pero en medio de la cotidianidad vivida por los bumangueses de la primera mitad de la década del treinta del pasado siglo, es posible pensar que no era mucha la gente que tenía conocimiento de la radio y que muchos menos podían acceder a ella. En primera instancia, el servicio de energía eléctrica era ofrecido por una empresa privada en tiempo limitado, sólo en las horas de la tarde, debido a que la planta hidroeléctrica del río Suratá funcionaba únicamente en este horario²⁰. A esta circunstancia debemos añadir que los aparatos radiorreceptores eran muy escasos en la ciudad. Según la memoria de Carlos Martínez Rojas, “en la ciudad, según censo de la época, existían sólo cuarenta aparatos receptores, que pertenecían a las familias, en efecto, más adineradas del lugar”²¹.

¹⁹ Vanguardia Liberal. Dic. 24 de 1931

²⁰ MARTÍNEZ ROJAS, Carlos. Los Años de la Radio, Voces de Santander. Ed. La Bastilla, Bucaramanga. 1994. Pág., 24

²¹ MARTÍNEZ ROJAS, Carlos. Los Años de la Radio, Voces de Santander. Ed. La Bastilla, Bucaramanga. 1994. Pág., 10

Los proyectos de que la ciudad tuviese una estación radial fueron formulados en varias ocasiones. En 1930 se discutió en el Concejo municipal una propuesta para la instalación de una estación radiomicrofónica, presentada por un ciudadano italiano llamado Italo Amore, quien manifestó que estaba “en facilidad de ofrecer una instalación en toda una plaza pública y en un radio de seis cuadras a la redonda, donde pueden situarse seis mil personas”.²² La prensa acogió la propuesta e instó al Concejo a considerar de manera favorable la instalación de la estación, que “mucho falta le hace a la ciudad”.²³ Pero sólo en 1934, gracias a la iniciativa privada, fue que la ciudad pudo creer que iba en serio la idea de una próxima instalación de una potente radiodifusora:

Esta idea merece todo el apoyo de los que realmente se preocupan por el adelanto y el progreso del Departamento, ya que por medio de ella se hará conocer de los propios y de extraños, nuestras industrias, nuestros artistas y todo lo nuestro, tan poco conocido, y se establecerá además el intercambio cultural de que tanto necesitamos... dentro de un mes estará funcionando esta estación, que transmitirá escogidos programas musicales a cuyas audiciones podrán tomar parte distinguidas damas de nuestra sociedad, los mismo que intelectuales del departamento que quieran hacer conocer sus producciones poéticas o dictar conferencias sobre tópicos de interés general. Se instalarán además dos altoparlantes en puntos céntricos de la ciudad para que el público de Bucaramanga pueda apreciar la calidad y la selección de los programas. Nosotros aplaudimos esta progresista idea, con el íntimo convencimiento que será de buen provecho. Ya que casi todas las capitales de Colombia, tienen estación radiodifusora y nosotros no podemos ni debemos quedarnos atrás de ellas. Esperamos que tenga acogida en los círculos comerciales e industriales y que tenga feliz culminación como no puede menos que serlo... No nos queda menos que aplaudir toda idea que signifique difusión cultural y progreso de Santander.²⁴

²² Vanguardia Liberal. Dic. 13 de 1930

²³ *Ibíd.* Dic. 13 de 1930

²⁴ Vanguardia Liberal. Noviembre 9 de 1934.

En noviembre de 1934 se informó en la prensa local que la idea sería efectivamente llevada a cabo. La fecha fijada para la inauguración de las transmisiones fue diciembre de ese mismo año. Sin embargo, el hecho sólo se produjo un año más tarde, el 27 de octubre de 1935, cuando hizo su emisión inaugural la H.J.2.A.B.D. Radio Bucaramanga. “La estación trabajaba en sus inicios con una frecuencia de 5.988 kilociclos o sean 50 metros 10 centímetros de longitud de onda. Los estudios fueron situados en el Pabellón de Carnes de la Casa de Mercado, en la calle 34 con carrera 16.”²⁵

La empresa se constituyó como una Sociedad suscrita por los señores Francisco Bueno Sanabria, Vicente Roberto Cadena y Héctor M’Cormick. Esta Sociedad había adquirido, con intermediación de la firma bogotana Radio Colombia S. A., un pequeño transmisor de 500 watios, cuyo montaje técnico estuvo a cargo de los señores Gustavo Sorzano y José Manuel Naranjo Troncoso. A esta Sociedad se sumaron los reconocidos comerciantes de la ciudad Leonardo Fernández y Napoleón Martínez. El programa inaugural convocó a la sociedad bumanguesa, las autoridades eclesiásticas, el gobierno y los comerciantes más importantes. La emisión comenzó el 27 de octubre de 1935 a las nueve de la mañana con un programa divulgado por la edición de *Vanguardia Liberal* correspondiente a ese día:

Himno Nacional

Similia Similibus. Obertura y coro de la zarzuela del maestro Temístocles Carreño, dedicada a las Provincias de Guanenta y Zapatoca.

Discurso oficial del señor gobernador del departamento.

Guabina Santandereana, pieza oficial de la estación y que está dedicada especialmente a la Provincia de Vélez.

Discurso del doctor Alfredo Cala Philips.

Pequeña sinfonía en sol mayor del maestro Alejandro Villalobos, gentilmente dedicada por su autor a los Municipios de Soto.

²⁵ Vanguardia Liberal. Oct. 23 de 1935

Saludos de los cónsules residentes en la ciudad.
Marcha "Adelante" de Luis Ignacio Osorio, dedicada a los municipios de Barrancabermeja y Puerto Wilches.
Club Rotario Internacional, saludos de su presidente el Dr. Eduardo Rueda Rueda.
La Joven Turquía, Marcha triunfal, señora Delia Cala de Moreno, dedicada al Excelentísimo señor Presidente de la República.
Sociedad de Mejoras Públicas, saludos de su presidente Chistian Clausen.
El Chocorazo, Bambuco del señor Onorio Lamus, dedicado a la ciudad de Pamplona.
Recuerdo a los ausentes de Bucaramanga, Dr. Francisco Puyana Méndez.
Pizet - Carmen - Habanera. Piano y flauta, señorita Enriqueta Ordoñez y señor Alberto Ordoñez M.
Club del Comercio, saludos de su presidente don Enrique Paillie Rayito de Sol, canto por los señores Carlos H Agudelo y Juan Moreno.
Recitación del Dr. Leonardo Martínez Collazos.
Homenaje a los Padres de mi Patria, de Victoriano Ordoñez, dedicado a la provincia de García Rovira.
Música y Músicos Santandereanos Gabriel Carreño.
Recitación del Dr. Gonzalo Carnevalli.
Marcha Palo Negro del maestro T. Carreño, dedicada a la ciudad del Socorro.
Saludos del señor Alcalde de la ciudad, don Valentín González.
Saludos de "Tribuna Liberal ", señor Alberto Lamus Cáceres.
Minuet in G, piano y violín por los niños Enrique y Lucila Paillie. O. Vanguardia Liberal, saludos de su director.
Obertura Norma de Bellini, orquesta que dirige el maestro Gamboa.
La Borrachita, dúo señoritas Julia y Paulina Sarmiento Peralta.
Saludos de "El Deber", Valse Tierra Encantada. Orquesta de Cipriano Guerrero B.
Saludos del señor director de "Oriente".
Bambuco El Trapiche, dúo señoritas Julia y Paulina Sarmiento.,dedicado a la ciudad de Ocaña.
Saludos del señor director de "El Duende".
Itermezzo Lluvia de Oro, O. Coger orquesta.
Aire Libre, saludos de su director.
Rumba Enamorada, Orquesta.
Serenata La Virgen de los Alpes, piano y violín por la señorita Elvira Inmediato y el señor Luis F Gamboa.
Fantasía Pastorale, violín y piano señores Gamboa y Peña B.
El Deporte en Santander, señor David Martínez Collazos.
Contaduría Departamental, saludos del señor Contralor.
La Leyenda del Beso, piano y flauta, Graciela y Alberto Ordoñez Montero.
Un Viaje A Bogotá, Dr. Martín Carvajal.

La Mujer Santandereana, señorita Adela Bonilla Galvis.
Monografía de Bucaramanga, Dr. Luis Navas Prada.
Cabecita Loca, Pasillo señores Agudelo y Moreno.
Vialidad de Santander, Dr. Antonio Niño.
Gavote, piano y violín por los niños Enriqueta y Lucila Paillie o.
Disertación Dr. Luis Ardilla Gómez.
Música especial del Sindicato Departamental de Automovilistas.
Palabras del Dr. Edmundo Harker Puyana.
Guabina Santandereana.
Recitación "Las Hadas" poesía inédita del señor Cristhian Clausen, recitada por su señorita hija Helga Clausen
Cantando dúo por la señorita Marina Otalora y señor Agudelo.
Palabras del Dr. Josué Acosta.
Promulgación del F. C. Central del N, Dr. Luis García Cadena.
Minería de Santander. Dr. Emilio Montoya.
Música y Canto Dr. Alberto Acosta Ortega.
Urbanización Dr. Mario Olarte.
Crónicas y Leyendas de Bucaramanga, Dr. Luis González Mutis.
Programa musical y artístico a cargo de las distinguidas damas de nuestra sociedad, señora doña Matilde J de Sorzano, señoritas doña Marina Otalora Reyes, doña Elvira Inmediato y señores Agudelo y Moreno.

Al igual que en el resto del país, los inicios de la primera radioemisora bumanguesa no fueron muy alentadores, dado el corto número de receptores existentes en la ciudad y la escasa pauta publicitaria demandada. Sin embargo, el tiempo abriría una serie de posibilidades económicas que no sólo se circunscriben a la radiodifusión en si, sino que aportarían una nueva fuente de ingreso para los comerciantes.

A partir de la primera emisión, la radiodifusora local siguió su serie de programas con un contenido básicamente cultural, tratando de congrega a su alrededor los personajes más representativos de la sociedad bumanguesa de la época. Así, los espacios radiales se convirtieron en el lugar de promoción de los artistas locales, y de los señores, señoras y señoritas dispuestos a mostrar unos talentos hasta entonces reservados a las reuniones y veladas sociales.

En sus días iniciales desfilaron por la Radio Bucaramanga tríos de cuerdas como “El Alma Nacional”, declamadores de toda estirpe, políticos en trance de disertación y toda suerte de conferencistas que le asignaron a Bucaramanga un estatus de “ciudad noble y educada, donde sus gentes se destacaban por sus buenas costumbres y sus notables apellidos²⁶. Un año después, la Sociedad se disolvió y los derechos fueron adquiridos en su totalidad por el señor Gustavo Sorzano Jiménez, quien continuó con el proceso de crecimiento y consolidación de la emisora.

Sin lugar a dudas, el sostenimiento de esta primera emisora en sus comienzos fue una difícil tarea. Sin embargo, la radiodifusión ocupaba ya un lugar en la vida cotidiana de los bumangueses, quienes asistían sin falta a la emisión de sus programas, escuchaban el radioperiódico que se mantuvo desde las primeras emisiones, y seguían las diversas audiciones que conformaban la programación diaria. A pesar de las adversidades de la reciente empresa, un año después - en septiembre de 1936 - fue inaugurada la segunda estación radiodifusora de la ciudad: la H.J.2.A.B.E. Broadcasting Santander, que emitió en los 240 metros de onda larga. Esta emisora fue fundada por la Sociedad Hijos de B. Bueno Sucesores, quienes anunciaron en la edición de Vanguardia Liberal del 24 de septiembre de 1936:

Muy señor nuestro. Por la presente nos permitimos llevar a su conocimiento que el próximo domingo, en las horas de la tarde y en la noche, llevaremos a cabo la inauguración de la estación de radio “Broadcasting Santander”, que trabajará en la banda de 240 metros, onda larga. Al empezar labores con este nuevo paladín del aire, queremos poner a sus ordenes nuestros micrófonos para que hagan uso de ellos en bien de la ciudad y del departamento.

²⁶ Vanguardia Liberal. Nov. 5 de 1935.

Esta radiodifusora operó sin muchas dificultades, al punto que tres meses después era habitual encontrar en la prensa local la programación habitual de “La hora artística y cultural”. La Broadcasting Santander, como se le denominó en sus inicios, fue también punto de encuentro de los personajes que hacía parte de la cotidianidad de la ciudad. A través de ella y sin ningún celo por la creciente audiencia que ganaba la radiodifusión, se escucharon audiciones de artistas y reconocidos miembros de la sociedad de la ciudad, en ambas emisoras. En su hora Artística y Cultural se emitieron programas que reflejaban una vez más, al igual que en la Radio Bucaramanga, una idea sobre la utilidad de la radiodifusión como medio de educación, información y promoción de la “cultura” que el país debía conocer. “La radio se entendió como un medio cultural, lúdico y recreativo, la vez que un medio de educación sin límites.”²⁷ Una muestra de la programación dominical de La Hora artística y cultural, tal como fue divulgada por Vanguardia Liberal (5 de diciembre de 1936), es la siguiente:

Obertura con la pieza de fondo.
Palabras del señor Tomas Vargas Osorio.
Canto por la señorita Blanca Lemus Cáceres.
Palabras de la señora Esther Silva de Camargo.
R. Schuman. Solo de violín con acompañamiento de piano por el señor Enrique Paillie O, acompañado por su hermana Lucilita.
Poemas recitados por George Galvis Nuñez.
Canto por la señora Cecilia Nuñez. Valse de la película una noche de amor, la acompaña en el piano la señora Emma Puyana de Olarte.
Los Deberes de la Mujer en los Tiempos de Guerra, palabras del doctor Antonio Vicente Arenas.
Minuet en sol mayor Beethoven. Solo de violín ejecutado por el señor Enrique Paillie. O, acompañado al piano por su hermana.
Canto por el señor José Valdivieso, acompañado por la señorita Blanca Lemus Cáceres.
Palabras del vicepresidente de la institución Dr. Roberto Ordoñez C.
Despedida.

²⁷ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 14 del 2003. En: archivo

En 1937, a dos años de las primeras emisiones de la radiodifusión bumanguesa, la publicidad de aparatos receptores de radio había aumentado en los diarios locales:

Radios Philco No ha meditado usted en el interesante papel que desempeña el radio Philco en proporcionar alegría a millones de personas en todo el mundo?. Piense en aquellas que residen en las haciendas aisladas, sin tener a nadie que haga su vida más amena, piense en el niño y en el anciano. Imagine el grandioso papel que desempeña el radio Philco, trayendo consigo comodidad, felicidad, educación y noticias a gentes de toda estrata social. Todo esto es lo que usted lleva a su hogar cuando adquiere un radio Philco.²⁸

Popularizar el uso de los aparatos receptores fue el segundo paso en la consolidación de la radiodifusión bumanguesa. Los comerciantes y, sobre todo los importadores como Cristhian Clausen, cumplieron esta tarea, obteniendo de esta manera un nuevo elemento de negocio y un producto más que se convertiría años mas tarde en articulo indispensable en los hogares bumangueses. “Para mediados de los años treinta, los importadores vendían radios como pan caliente. Este comportamiento continuó hasta muchos años después, cuando la televisión le ganó terreno al radio.”²⁹

Al finalizar la tercera década del siglo XX ya las radioemisoras bumanguesas hacían parte de la cotidianidad de la ciudad. El crecimiento de las dos empresas fue estable y sostenido. La llegada de la onda corta a Radio Bucaramanga le confirió, al menos en términos del territorio que cubría, la supremacía frente a su más cercana competidora, Radio Santander.

personal del autor.

²⁸ Vanguardia Liberal. Nov. 5 de 1935

²⁹ Entrevista personal con José Antonio Churio. Marzo 13 del 2003. En: archivo personal del autor.

Durante los años cuarenta estas emisoras contaban ya con un ganado prestigio a nivel nacional, las pautas publicitarias eran contratadas de acuerdo a los niveles de audiencia, y la transmisión en onda corta permitía una audiencia ampliada: “a la pauta publicitaria local se sumaba la que podía conseguirse con empresas cerveceras o de producción de textiles, como por ejemplo Coltejer.”³⁰

Si se pregunta por el actor más destacado de la llegada de la radiodifusión a la ciudad de Bucaramanga, la respuesta que obtendría mayor consenso señalaría hacia don Francisco Bueno Sanabria, fundador de las dos primeras radiodifusoras: Radio Bucaramanga y luego, en compañía de sus hermanos, la Broadcasting Santander.³¹ La tercera radioemisora fundada fue la Radio del Comercio, cuyo actor principal fue

El comerciante Manuel Serrano Gómez, natural de Zapatoca. Por su iniciativa y con la colaboración de su hermano Norberto Serrano Gómez...se decidió a montar esta emisora en el año 1948, utilizando para ello un transmisor de radio aficionado, cuya ampliación le fue confiada a los técnicos Carlos Bergsneider y Hernando Vargas Martínez. Un año mas tarde, estos mismos técnicos le construyeron un transmisor de un kilovatio, instalado en un lote de terreno en jurisdicción del municipio de Floridablanca.³²

Los estudios de esta nueva emisora estuvieron localizados en el desaparecido teatro Garnica, en la carrera 17 entre las calles 33 y 34. En este lugar fue acondicionado un radioteatro. Aquí funcionó durante seis años, hasta que se trasladó a su propia sede, especialmente diseñada para su función, situada en la calle 35 entre carreras 12 y 13.

³⁰ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 14 del 2003. En: archivo personal del autor.

³¹ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 14 del 2003. En: archivo personal del autor.

³² MARTÍNEZ ROJAS, Carlos. Los Años de la Radio, Voces de Santander. Ed. La Bastilla, Bucaramanga. 1994. Pág., 33

Esta emisora contó con todas las especificaciones propias para la labor de la radio: área administrativa, estudios, sala de grabación, discoteca y un radioteatro que podía albergar hasta 150 personas. Estas tres primeras radiodifusoras, fundadas antes de 1960, lograron convertirse en modernas empresas del ámbito de los medios de comunicación. Hasta su asociación y posterior venta a las cadenas nacionales, fueron parte del patrimonio de la ciudad y aún permanecen en la memoria de sus viejos oyentes

El tiempo les dio la razón a los aventureros que se arriesgaron a implantar la radiodifusión en la ciudad. En sus comienzos parecía ser una "empresa de románticos", como recuerda hoy don Francisco "KiKo" Navarro, incansable constructor del que es hoy un medio de difusión tan cotidiano como la vida misma. ¿De qué manera se consolidó la radiodifusión en la ciudad?. Este será el tema del siguiente capítulo.

LA EMISIÓN RADIAL

La programación radial es la red que cautiva y concentra la audiencia de una determinada emisora y es desde este espacio comunicativo desde donde se proyecta la intencionalidad de la misma. La emisión está sujeta a unos lineamientos estéticos y comerciales, una circunstancia que obedece a la necesidad de que los mensajes emitidos - cuñas comerciales, mensajes políticos u otros - sean recibidos por la mayor cantidad de personas u oyentes posibles. En este orden de ideas, la radio se distingue de otros medios de comunicación porque llega directamente al público en su hogar. En segundo lugar, el actor, el cantante o el comentarista que transmite no puede ver ni seguir las acciones de su público.

La emisión radial no se desvincula de los mecanismos que actúan en la sociedad para controlarla, lo cual significa que está sujeta a lineamientos políticos, económicos y sociales:

La emisión radial se dirige al individuo íntimo. El universo de la palabra o el fondo musical en el que nos sumergimos, actuando como afirma el filósofo Bachelard, a un reposo absoluto donde la imaginación se despliega libremente".³³

³³ Cazeneuve, Jean. Sociología de la Radio y Televisión. Editorial Paidós. Buenos Aires

La emisión radial no actúa por fuera de los esquemas sociales establecidos, ya que refleja la mentalidad del grupo social que la administra. En este sentido, la emisión radial bumanguesa de la primera época fue una proyección de la sociedad a la cual estaba dirigida. Dado que en ese tiempo ésta tenía un proyecto cultural civilizador, la programación estuvo impregnada de "alta cultura": la emisión en la radiodifusión bumanguesa obligó a sus oyentes a escuchar programas que no hacían parte de su universo cotidiano y que lo involucraban con un "mundo mejor" que se anhelaba.

Sin embargo, no es posible juzgar este proceso sin tener en cuenta el contexto en el cual se desarrolló. El iniciar una empresa sin precedentes locales, e incluso con muy poco desarrollo en el nivel nacional, significó para las radiodifusoras bumanguesas la invención de un lenguaje propio que interesara a quienes estaba dirigido. A esta circunstancia habría que sumarle el hecho mismo de las pocas posibilidades en términos de la técnica, los conocimientos profesionales y el interés mismo de los oyentes, asunto que se coloca en el renglón final de los niveles de prioridades de la misma empresa. En sus primeras emisiones la radiodifusión fue una novedad tecnológica, más que un instrumento difusor de conocimiento, un elemento de distracción que acompañaba en el tiempo de ocio. Hablar de "calidad" en los primeros días de la emisión radial sería despojarla de la importancia que adquiere por sí sola como el primer ensayo local de radiodifusión comercial. No obstante, los primeros ensayos de programación se configuraron teniendo en cuenta valores locales, situaciones domésticas y sobre todo un alto grado de difusión de la "santandereanidad" como elemento primordial para hacer del medio un foco de atracción de oyentes y patrocinadores.

Aunque la radiodifusión llegó a la ciudad en 1935, sólo cinco años después adquirió una estructura de bloques según los horarios de emisión y los públicos a los cuales se dirigía. En este sentido, la emisión radial bumanguesa comenzó a estructurarse con una intencionalidad específica y fue a partir de este momento que se puede hablar de la configuración de una emisión local propiamente dicha. Radio Bucaramanga y Radio Santander componían su programación con base en audiciones de artistas locales, programas de variedades, informativos y comentarios culturales de intelectuales de la ciudad. Un encabezado del periódico *Vanguardia Liberal* del 13 de abril de 1938, titulado “Conferencia dictada en la Radio Bucaramanga por el Doctor Gustavo Serrano Gómez”, así lo ejemplifica. La pauta publicitaria provenía de las empresas más prósperas de la ciudad y fue mayoritariamente de comerciantes de textiles, ferreterías, farmacias y confeccionistas de ropa. Pero, sobre todo, la pauta³⁴ fue concentrada por las empresas productoras de aparatos radiorreceptores, en especial la Casa PHILCO, patrocinadora de diversos programas, entre los que sobresale el llamado “Phyl Coe. Detective Aficionado”, que comenzó a ser registrado por la prensa local a partir de 1938 y que se convirtió en un programa de gran audiencia por el modo como este personaje resolvía los casos.

No existió una marcada diferencia en lo que los bumangueses encontraron al girar su dial de una estación a otra. La programación se configuró en las dos emisoras en torno a espacios cada vez más organizados y buscando ganar audiencia, pues de esto dependía la venta de la publicidad que las sostenía. Para entonces la radiodifusión comercial en el país ya había despegado y tanto los radiodifusores como el Estado concebían a las emisoras como empresas económicamente rentables y de crecimiento sostenido.

³⁴ La pauta publicitaria es el tiempo al aire que se compra a una emisora para la promoción y venta de productos y servicios.

En efecto, la radiodifusión bumanguesa se encontraba en proceso de consolidación, tal como las emisiones diarias y las programaciones cada vez más elaboradas y sistemáticas lo demuestran. Desde 1938 la prensa da fe de la emisión diaria, sostenida y coherente, acorde con lo que las condiciones técnicas permitían.

En esta etapa de organización general y de búsqueda de lenguajes propios, las dos radiodifusoras santandereanas emitieron todo aquello que se configuraba como de "interés general". En este sentido se encuentra que la emisora Radio Bucaramanga transmitía los debates de la Asamblea Departamental, segura de que con esto prestaba un servicio de democratización de estas esferas, como lo anotó su director en un comunicado dirigido a la prensa local: "Radio Bucaramanga hace constar que las emisiones de la Honorable Asamblea Departamental tiene como fin que el pueblo bumangués y santandereano conozca de los asuntos que allí se tratan y que son de interés general para el pueblo, que no es ajeno a ellos."³⁵ De esta forma la emisión comenzó a configurarse como un instrumento con un fin específico y dejó de ser la manera de gastar un tiempo al aire con rellenos de audiciones improvisadas. Por la misma fecha, es decir 1938, la emisora Radio Santander anunció la salida al aire de un radioperiódico, en asocio con el periódico Vanguardia Liberal, que muestra con mayor claridad la transformación producida en términos de la concepción de la emisión y sus alcances:

Vanguardia Liberal inauguró ayer su servicio de radioperiódico. Con el mayor gusto le ofrecemos al público que indudablemente recibirá con el mayor agrado esta nueva iniciativa que hemos tenido con el deseo de servir con la eficaz colaboración de la Radio Santander. Nuestros radio - oyentes podrán escucharnos todos los días de once a una de la tarde en ondas corta 62-24 metros; larga 250 metros.³⁶

³⁵ Vanguardia Liberal. Mayo 13 de 1938

Así, la emisión en sí misma comenzó a adquirir la importancia que en principio tenía el simple hecho de salir al aire. Por supuesto, Radio Bucaramanga incluyó también dentro de su programación la transmisión de su radioperiódico, registrado por la prensa local el 7 de septiembre de 1938: “Radio Periódico de la noche, Estación HJ7 ABD 9.630 klc. HJ7 ABE 1.130 klc. Radio Bucaramanga SA. Propaganda escrita y hablada.”³⁷.

Mas allá de la competencia por la audiencia, las dos emisoras estructuraron sus programaciones en un mismo estilo que contenía diversión, educación e información. Ambas empresas concibieron programas similares en cuanto a la estructura y el lenguaje de los mismos, logrando casi de manera concertada emitirlos en horarios diferentes con el fin de que el público fuese finalmente el ganador: “Siempre entre Radio Bucaramanga y Radio Santander, existió una especie de acuerdo tácito para la emisión de algunos programas, sobre todo los de concursos y artistas aficionados, la idea era que los radio escuchas pudieran disfrutar de ambos programas y los artistas aficionados participar también en ambos.”³⁸ Durante la década de 1940 la programación se hizo más variada, mejor diseñada en términos comerciales y sobre todo más profesional, tratando de ampliar la masa de sus escuchas: “Radio Bucaramanga, con su emisión en onda corta, por sus alcances obtuvo pautas y programas de empresas nacionales, como lo fue la Hora Coltejer.”³⁹ En esta década los progresos técnicos fueron considerables y el público ya no lo formaban solo los aficionados a las novedades.

³⁶ Vanguardia Liberal. Junio 2 de 1938

³⁷ Vanguardia Liberal. Septiembre 7 de 1938

³⁸ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 14 del 2003. En archivo personal del autor

³⁹ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 14 del 2003. En archivo personal del autor

Los programas despertaban interés por sí mismos, la música y la información siguieron desempeñando un papel esencial, pero para entonces aparecieron otros géneros como los programas de variedades y el radio teatro, que jugaron un papel de suma importancia en el incremento de la audiencia y que modificaron la emisión radial de forma sustancial.

En términos técnicos, los aparatos radiales mejoraban a igual ritmo que la calidad de la recepción:

Los nuevos radios PHYLCO de 1940. Características: indicador de sintonización con oscilación de la luz. Mejorada sintonización visual, el esplendor de la luz disminuye según se sintoniza la estación con mayor exactitud: efectivo, sencillo y rápido, sin tener que esforzarse en un lugar determinado del cuadro. Graduador de tono: continua o graduación de las notas graves variables para ajustar los bajos a lo deseables. Este cambio se efectúa gradualmente y no salta de grado en grado como los modelos anteriores. Transformadores de potencia universales, esto permite usar los radios en cualquiera de los voltajes de 100 a 125 voltios de potencia o de 200 a 250 voltios sencillamente cambiando el tapón del conmutador montado en el transformador.⁴⁰

Para entonces la radiodifusión había tomado su lugar en la cotidianidad de la vida bumanguesa, la emisión, los locutores y las emisoras se identificaban como propios por los habitantes de la ciudad y la prensa local exaltó siempre a estas empresas en el plano de patrimonio de los santandereanos y toda novedad en ellas fue publicitada por la misma: “Radio Bucaramanga y Radio Santander. A la altura de las mejores emisoras bogotanas. Las dos emisoras de Bucaramanga fueron elogiadas por su excelente programación desde la emisora Radio Cristal de la capital colombiana, como dos de las mejores del país”⁴¹.

⁴⁰ Vanguardia Liberal. Abril 14 de 1940

⁴¹ Vanguardia Liberal. Diciembre 10 de 1942

Los progresos de la técnica radial se incrementaron y con ellos los cambios en la variedad de la emisión: mejores consolas, micrófonos e implementos técnicos significaron a su vez mas calidad en los programas y más variedad en los mismos. Sin embargo, la emisión radial seguía cumpliendo de alguna manera un papel ligado a las políticas estatales, convirtiéndose en promotora del discurso que el gobierno manejaba con la transmisión de discursos dictados por el presidente de turno: “todo el país oyó anoche al doctor López. 26 Radio Difusoras del País entre ellas las bumanguesas difundieron el discurso”⁴². La difusión de los discursos políticos pronunciados en el Congreso Nacional, que tanta audiencia consiguió, se entendía como un servicio a los intereses estatales. La radiodifusión seguía siendo un instrumento para la diversión, la educación y la información. No obstante, espacios como los radioperiódicos en ocasiones fueron escenario de disputas en términos de posiciones políticas locales:

Martínez Hernández ofrece a Osorio C. su radioperiódico. Quiero que diga la verdad, toda la verdad, pero sólo la verdad. Estoy poniendo a la orden del señor Osorio C. la media hora de mi radio periódico “Tartarín”, para que aclare las acusaciones que sobre mi y la información política que difundo ha hecho desde la prensa. Es necesario dejar por escrito, que esta información y denuncias se hace a título personal y no tienen nada que ver con la empresa Radio Bucaramanga.⁴³

El transcurrir de la década de 1940 convirtió a los radioperiódicos en el medio informativo de mayor importancia y prestigio de las emisoras bumanguesas: “la redacción de noticias era el espacio más serio que la emisora manejaba, no era posible improvisar y aunque el trabajo periodístico lo hacia uno mismo, las directivas de la emisora se cuidaban mucho de lo que se decía, los patrocinadores eran a su vez muy cuidadosos”⁴⁴.

⁴² Vanguardia Liberal. Marzo 12 de 1942

⁴³ Vanguardia Liberal. Noviembre 3 de 1942

⁴⁴ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 13 del 2003. En archivo personal del autor

Al incrementarse la audiencia de la radio se desarrolló también la idea de que a este medio de comunicación debía dársele un buen uso; este supuesto no era sólo de los radiodifusores que seguían manteniendo la idea de que la emisión debía educar e informar más que cualquier otra cosa, sino que el público en general compartía esta posición. Así, en 1943 el periódico *Vanguardia Liberal* publicó un artículo sobre la Radio Revista “Progreso Municipal” en el que elogió este tipo de programas, enfatizando en el apoyo que hace en cuanto al “conocimiento de la región y la educación popular para los santandereanos, emitida por la Radio Santander”⁴⁵.

La educación seguía siendo premisa en la emisión radial santandereana. El programa “Caravana de Preguntas” así lo muestra: “Sus preguntas y las de otros amigos de América Latina, son contestadas desde los Estados Unidos, por prominentes personajes. Temas variados de gran interés y actualidad”⁴⁶. El tema de la educación se colocó mas allá de los programas en sí, la emisión se cuidaba al máximo, los libretos de los programas y los locutores de las emisoras eran en sí mismos instrumentos de educación: “todos los programas eran con libretos, debíamos cuidar la dicción y las palabras que decíamos cuando estábamos al aire, esa era una forma de educar a los oyentes, cualquier vulgarismo era tomado por los propietarios de la emisora y por los oyentes como un insulto”⁴⁷.

⁴⁵ Vanguardia Liberal. Marzo 16 de 1943

⁴⁶ Vanguardia Liberal. Agosto 11 de 1943

⁴⁷ Entrevista personal con el señor José Antonio Churio. Marzo 17 del 2003. En archivo personal del autor

El Estado mismo concebía la radiodifusión como un instrumento para la lucha contra el analfabetismo en el país, a través de la “media hora de difusión cultural”, se dispuso la alfabetización por medio de todas las radiodifusoras publicas o privadas: “la misión que la radio esta llamada a realizar en este orden de ideas y de principios no puede ser encarecida lo bastante ya que este portentoso medio que la ciencia ha puesto al servicio del hombre, por el acceso que tiene a todos los grupos sociales y por el creciente influjo que ostenta en todo género de actividades, puede llevar a termino campañas de singular trascendencia para la vida de los pueblos.”⁴⁸

La transmisión del programa se convirtió en una forma del Estado de difundir formas de asumir la nacionalidad y el patriotismo:

La media hora de difusión cultural que se irradiara simultáneamente por todas las radiodifusoras del país, llevara a los colombianos un mensaje de fe en los valores del espíritu y un estímulo generoso a los mejores empeños de la inteligencia. Con especial complacencia agrego mi voz a esta campaña de cultura que convierte a la radiodifusión en alta cátedra para propagar las ideas del país en tópicos de tanta trascendencia y permite aprovechar este maravilloso descubrimiento en servicio de los más encumbrados intereses de la patria.⁴⁹

El proceso educativo que llevó a cabo el Gobierno a través de la radiodifusión fue elogiado por la prensa en cuanto hacía a sus alcances:

Cerca de 10.000 adultos aprendieron a leer escribir en el Departamento de Santander. Ahora nos referimos a la campaña de alfabetización de adultos a través de la acción cultural popular y escuelas radiofónicas, en su primer año de labores, obra de verdadera redención cultural. En el año que termina se compraron 550 aparatos de radio y se nombraron los inspectores para que organizaran y controlaran las escuelas radiofónicas departamentales y parroquiales. Dichas escuelas alcanzaron un numero de matriculados de 10.000 adultos, los cuales en su mayoría aprendieron a leer y escribir.⁵⁰

⁴⁸ Vanguardia Liberal. Febrero 1 de 1954

⁴⁹ Vanguardia Liberal. Febrero 1 de 1954

⁵⁰ Vanguardia Liberal. Febrero 1 de 1954

Otro medio que se sostuvo en la línea de la educación y el entretenimiento fue el teatro radial, cuyas obras eran escogidas siempre entre las grandes de la literatura universal. Una experiencia de 1951 describía “la dramatización del tema de la película La Luz que Agoniza, realizada en tres emisiones sucesivas de media hora cada una, con participación de locutores de planta de la emisora Radio Santander, dirigidos por dos actores de radio argentinos”⁵¹. Los programas fueron adquiridos a algunas productoras de la ciudad de Bogotá o importadas: “Selecciones Radiales. Radio Teatro de América, esta noche y todos los miércoles conviértase en espectador de un formidable drama mundial”⁵². Además de este género radial fueron emitidos programas de radiodifusoras importantes, como la BBC de Londres: “desde ayer se encuentra en la ciudad el señor W. G Linsell, director y representante de la BBC de Londres, una de las radiodifusoras más potentes del mundo y cuyos maravillosos programas no son desconocidos por los santandereanos.”⁵³

En medio de la selección de programas se encuentra quizá el elemento más importante en términos de la emisión popular de la radio: la música, que llegó a ser punto básico de la emisión y su programación fue de suma importancia en el momento de ganar las preferencias de los oyentes. Desde sus inicios y sin una programación estructurada, las dos emisoras recurrieron a la emisión de música en discos de resina vinílica de setenta y ocho revoluciones por minuto.

⁵¹ Martínez Rojas Carlos. Los Años de la Radio, Voces de Santander. Editorial La Bastilla. Bogotá. Pag 29

⁵² Vanguardia Liberal. Agosto 11 de 1943

⁵³ Vanguardia Liberal. Diciembre 21 de 1943

Mas allá de lo que se emitiera al aire, la novedad estuvo en la magia de escuchar la música a través de los radiorreceptores: “en principio, fue muy particular porque muchas personas creían que los cantantes se encontraban dentro de los aparatos de radio”⁵⁴ Los primeros programas se realizaron con orquestas en vivo, que efectuaban sus ejecuciones con los mismos micrófonos con los que se transmitían el resto de programas; siempre la música estuvo presente y aunque fuese la ejecución de artistas como solistas, los programas debían tener música de fondo.

Entre 1940 y 1950, la transmisión diaria incluía la emisión musical que se transmitió en los intermedios de cada programa. Así mismo se programaron de manera sistemática especiales para fechas importantes en los que se incluía toda clase de música: “Programa de Músicaailable. Como es costumbre la Radio Bucaramanga, transmitirá esta noche de nueve a tres de la mañana, un ameno programa de músicaailable a fin de que en todos los hogares de la ciudad y poblaciones vecinas que posean receptores puedan disfrutar de las últimas horas agradables de 1943”⁵⁵.

La música no sólo se transmitió a través de discos, pues muchas orquestas y cantantes fueron escuchados por los oyentes de la ciudad:

Programa de Lujo en la Radio Bucaramanga. Una competencia entre artistas nacionales y extranjeros. La Radio Bucaramanga, que tantos servicios le viene prestando a la cultura santandereana prepara para el próximo sábado, de siete a ocho y treinta de la noche un magnífico programa en el que actuara el barítono colombiano Luis Méndez de fama bien ganada, el gran declamador español Fausto Cabrera, el trío de artistas mexicanos Los Hermanos Lara y otros elementos con los que justamente se prepara el programa.⁵⁶

⁵⁴ Entrevista personal con el señor Francisco Kiko Navarro. Marzo 15 del 2003. En archivo personal del autor

⁵⁵ Vanguardia Liberal. Diciembre 31 de 1943

⁵⁶ Vanguardia Liberal. Marzo 11 de 1948

La Radio Santander también se preocupó por llevar a sus estudios artistas y cantantes nacionales y extranjeros: “Radio Santander presenta esta noche a Leo Marini y a don Américo y sus Caribes.”⁵⁷ En este sentido, ambas emisoras se preocuparon por llevar al público la música de los cantantes que se encontraban de moda, las orquestas y tríos que eran los géneros musicales que se escuchaban. La promoción de la música colombiana y clásica se difundió ampliamente por las estaciones radiales y se emitieron programas especiales con tal fin. La música clásica fue escuchada en el programa “El Concierto del Medio Día”, dirigido por el maestro José Amaya: éste fue un programa de música clásica, que tuvo amplia acogida por el público ya que se emitía entre las doce y la una de la tarde, era la hora del almuerzo y mucha gente lo sintonizaba por Radio Bucaramanga.”⁵⁸ La música colombiana también tuvo su espacio en las emisoras de la ciudad; programas como “Aires Populares” de Radio Bucaramanga se especializaron en música colombiana y latinoamericana.

Los programas de concursos formaron parte de la programación y por ser realizados en vivo en los estudios de las emisoras, y más tarde en los radioteatros, fueron quizá los más populares entre los radioescuchas bumangueses. Los programas de concursos se convirtieron en un espacio en el que las emisoras tuvieron mas contacto con sus oyentes y fueron parte activa de la vida cotidiana de la ciudad. Desde 1938 se encuentran referencias a programas de concursos en las emisoras locales para la fecha ya era popular el concurso “La Hora del Público y para el Público”, programa de una hora y media de duración en donde se realizaban “novedosos concursos”, se entregaban valiosos premios y estaba amenizado por la orquesta Aída.

⁵⁷ Vanguardia Liberal. Marzo 12 de 1948

Con el transcurso del tiempo, se perfeccionó este tipo de programas y los patrocinadores hicieron de ellos los más esperados por los radio escuchas. En 1944 se anunció un gran concurso - patrocinado por Sal de Uvas Picot - llamado "Salud, Dinero y Emoción", en el cual se podía participar llevando a la emisora cinco sobrecitos vacíos del producto patrocinador. Durante el año siguiente existía ya el concurso "Cante si Puede", dirigido a radioescuchas y artistas aficionados, patrocinado por la droguería Moderna, que entregaba premios a los mejores participantes.

Programas de concurso originados nacionalmente también fueron de suma importancia en la ciudad, el más importante fue quizá el llamado "Coltejer Toca a su Puerta", que fue emitido por la Radio Bucaramanga. El concurso era patrocinado por esa empresa textilera y su espectacularidad consistía en "el carro fantasma", que era en realidad el transmóvil de la emisora cubierto con una tela blanca, el cual llegaba de improviso a una residencia de la ciudad, determinada por sorteo, en donde el animador del programa pedía a la persona que atendía la llamada, el acostumbrado "santo y seña" del programa: si éste era correcto, el ganador se hacía acreedor a un premio en efectivo. Existió también el programa "Dímelo con Música", que en 1953 era de los más populares. El fenómeno de los radioteatros modificó totalmente la forma de hacer y escuchar la radiodifusión. El radio teatro se convirtió en el espacio vivo de la radio y fue posible a través de esta modificación que la emisión traspasara la frontera del anonimato y que las voces y la magia de la radio pudieran ser vividas por los espectadores en todo los aspectos, desde el artístico hasta el técnico.

⁵⁸ Entrevista personal con el señor José Antonio Churio. Marzo 20 del 2003. En archivo personal del autor

El radioteatro congregó alrededor suyo toda una época de emociones vividas a través de los artistas y programas que desde él se emitían:

El radio teatro fue quizá la época más bonita de la radio, la gente se amontonaba a las afueras para poder entrar o para poder ver a los artistas que se presentaba. Todo el mundo en la ciudad comentaba las actuaciones y hablaba de los programas, las boletas se agotaban con mucha rapidez y mucha gente se quedaba por fuera; pero siempre para los locutores y las personas asistentes eran una gran experiencia las transmisiones de los concursos o los programas especiales. La ciudad y uno mismo se sentía especial, esa fue la mejor época, la de más calidad y calidez de la radio.⁵⁹

La ciudad contó con tres amplios y bien dotados radioteatros. En 1947 la emisora Radio Santander inauguró su sala para radioteatro, "perfectamente acondicionada, por la cual desfilarán los artistas que visiten nuestra ciudad"⁶⁰. A partir de este momento los esfuerzos de las demás emisoras se dirigieron al mismo fin: "una emisora sin radioteatro, estaba fuera de contexto y perdía prestigio"⁶¹. Al radioteatro de Radio Santander siguió el de Radio Bucaramanga, inaugurado el 20 de agosto del mismo año: "doble y esperado suceso social y artístico. Solemne inauguración del teatro de Radio Bucaramanga. Con la estrella más querida del cine mexicano Mapy Cortés y el incomparable locutor colombiano Tocayo Caballos; proyección de cortos y noticieros con el equipo de radio Bucaramanga pondrá al servicio de la ciudad"⁶².

⁵⁹ Entrevista personal con el señor José Antonio Churio. Marzo 20 del 2003. En archivo personal del autor

⁶⁰ Vanguardia liberal. Enero 10 de 1947

⁶¹ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 14 del 2003. En archivo personal del autor

⁶² Vanguardia Liberal. Agosto 17 de 1947

El tercer radioteatro fue el de la Radio del Comercio, inaugurado en octubre de 1954 en la calle 35 con carrera 12. Las emisoras dotadas con este sistema comenzaron un desfile de artistas como jamás volvió a verse en la ciudad, por los radio teatros de Bucaramanga desfilaron artista de la talla de Leo Marini, Toña la Negra, el Trío Los Panchos, la española Paquita de Ronda, la actriz y cantante colombiana radicada en México Sofía Alvarez y acompañados de artistas nacionales como los Tolimenses y otros, que se hacían populares a través de la radio en todo el país. Al finalizar la década de 1950 los radioteatros eran el centro de atención de la ciudad y alrededor de lo que en ellos se presentaba la ciudad centraba su diversión. Teniendo como competencia sólo el cine, la radiodifusión se encontraba en el punto máximo de su esplendor y popularidad, las personas seguían y conocían la programación diaria en las emisoras: “las personas tenían la lista de los programas, habían aficionados que nos seguían todo el tiempo, las radios estaban siempre funcionando y eran compañía para las amas de casa, los empleados en las fábricas, en las tiendas, es decir, la gente vivía la radio como hoy vive la televisión.”⁶³ En efecto, la radio fue parte viva de la ciudad y en rigor fue su carácter local lo que le dio el sentido de pertenencia que los bumanguenses llegaron a tener por sus emisoras. La era del radioteatro llevó a la emisión radial local a un plano diferente no sólo en términos técnicos, sino también de calidad.

⁶³ Entrevista personal con el señor Francisco Kiko Navarro. Marzo 8 del 2003. En archivo personal del autor

La década de 1950 le otorgó a la radiodifusión local un lugar especial en la memoria de quienes hicieron y escucharon radio:

Los locutores éramos tan famosos y respetados como los mismos artistas que presentábamos, los programas fueron recordados mucho tiempo después de que habían salido del aire, la gente no se dio cuenta como la televisión le quitó el lugar a la radio y la diversión pasó de ser local a ser la que mostraba personas que no conocían. Luego de acabarse los radio teatros por costos y rentabilidad, la radio volvió a tener el carácter de anonimato que siempre había tenido, perdiendo esa cercanía con el medio que no se recuperaría jamás.⁶⁴

Muchos otros géneros aparecieron en la emisión local tales como las transmisiones deportivas que comenzaron a hacerse en 1951 con los partidos de fútbol, y la vuelta a Colombia, que se convertiría con el tiempo en la más importante transmisión deportiva a nivel nacional. Las radio novelas o los radiodramatizados fue un género que alcanzó su auge en la década de 1960, acaparando la atención de miles de personas en todo el país.

El desarrollo de la emisión en la radiodifusión local es muestra de un proceso de organización y conducción de las emisoras bumanguesas a un concepto de empresa. La emisión se estructuró y desarrolló dentro del marco social en el que se encontraba y no fue ajena a los gustos y necesidades de las personas a las que se dirigió:

Los programas se hicieron teniendo en cuenta los horarios y los posibles oyentes; en la mañana, se emitieron programas dirigidos a las amas de casa, eran programas que trataban temas femeninos especialmente, temas como: recetas, remedios caseros, decoración etc. Al medio día se programó música y noticias, pensando en la siesta y en el público masculino, en las tardes programas de cultura general, para los jóvenes y el público en general y en la noche, los concursos y programas especiales teniendo en cuenta que toda la familia podía escucharlos.⁶⁵

⁶⁴ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 14 del 2003. En archivo personal del autor

⁶⁵ Entrevista personal con el señor José Antonio Churio. Marzo 17 del 2003. En archivo personal del autor

Existía en los programadores una clara idea de como se estructuraba la sociedad y de esa manera se organizó la programación; esto quiere decir, que para la época, la mujer en mayoría seguía estando en la casa y su labor se supeditaba al cuidado de los hijos y la atención del hogar, así mismo es claro que los hombres estaban más tiempo en sus trabajos y que temas como las noticias eran mas de su incumbencia, el público joven podía escuchar radio en horarios más flexibles, por lo que los programas de la tarde y la noche se dirigían mayoritariamente a ellos.

En general, la emisión local se guió por bloques de género, de tal suerte que los programas se dividieron teniendo en cuenta sus contenidos:

-programas educativos o culturales, que procuraron resaltar los valores morales imperantes y reproducir las concepciones de familia, sociedad y ciudadano. Así mismo, estuvieron incluidos los que incentivaron el conocimiento regional y nacional y promovieron los valores patrióticos a través del discurso de “lo propio”, generando una idea de ser colombiano que valoraba el folklore como materialización de la nación.

-programas de entretenimiento: en este bloque se situaron los programas que tenían como fin el esparcimiento de los radio escuchas. Los concursos de todo tipo, los programas musicales, los radio dramatizados y la presentación de artistas de todo género en vivo conformaron el bloque que los contenía.

Finalmente los radioperiódicos y programas informativos, como conferencias y disertaciones políticas, de economía, arte, ciencia y situación general de la región y el país completan los géneros que se pudieron identificar en la emisión radial bumanguesa.

Entre 1929 y 1960 la emisión de las tres radiodifusoras bumanguesas - Radio Bucaramanga, Radio Santander y Radio del Comercio - muestra una clara curva ascendente en la intencionalidad de la misma: de la improvisación inicial se pasó a una programación organizada, estructurada y presentada con un alto nivel de profesionalismo dentro del contexto nacional. La radiodifusión en la ciudad nació y se fortaleció con base en su propia experiencia y es posible teniendo en cuenta su desarrollo y aceptación en la ciudad y la región decir que para 1960 la emisión radial bumanguesa tenía un lenguaje y estilo propio, y sin duda alguna era parte vital de la cotidianidad de la ciudad.

Los Patrocinadores de la Radio

El Aspecto Comercial

El concepto de “radiodifusión comercial” está estrechamente ligado a la compra y venta de programas y espacios para la promoción de productos en un medio de alta difusión. Los medios masivos de comunicación (Radio, Televisión, Prensa e Internet) son sitio obligado para publicitar y vender de manera eficiente y competitiva: “Quien no publicita sus productos, no existe en términos del mercado”⁶⁶. La radiodifusión comercial se presenta como el medio de difusión masiva más importante desde su nacimiento; téngase en cuenta que la prensa por ser escrita no en todo tiempo y lugar fue asequible para todas las personas, virtud con la que contó la radio gracias a que su mensaje con ser escuchado llegaba a su destinatario situación de privilegio en el momento de vender un producto. El carácter comercial de la radiodifusión bumanguesa se desarrolla con el concepto mismo en los empresarios radiales de la ciudad; aunque no se puede afirmar que la radiodifusión nace en la ciudad como una experiencia lúdica para sus propietarios, si es posible afirmar que en principio la radiodifusión fue observada por éstos y por quienes la recibieron, más como un invento divertido que como una empresa comercial de grandes magnitudes.

⁶⁶ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 14 del 2003. En archivo personal del autor

Los días iniciales de la radiodifusión en la ciudad estuvieron supeditados a los pocos aparatos radiorreceptores que en ella existían, a la pobreza técnica de las estaciones y sobre todo a la escasa idea por parte de los posibles patrocinadores de que anunciar por radio podría ser una inversión. Cuando en 1935 se inauguró Radio Bucaramanga los comerciantes y las empresas locales se bastaban solas para la promoción de sus productos, cuando mucho la prensa local fue suficiente para hacer saber a la ciudad que nuevas máquinas de coser habían llegado a la ferretería de Crithian Clausen, por ejemplo, o que las nuevas máquinas de escribir Remington podían ser adquiridas en sistemas de crédito en los almacenes de la ciudad. Pero las necesidades pueden ser creadas y de esta manera se puso a disposición de todo el sistema comercial de la ciudad un nuevo medio de difusión de sus productos y servicios que incrementaría de manera sustancial su presencia en la memoria de los posibles compradores.

Al comienzo los patrocinios se hicieron como forma de incrementar el prestigio de quien era mencionado en la radio más que por el incremento real de las ventas. De hecho los primeros programas y espacios radiales fueron otorgados a algunos personajes de la sociedad de la ciudad para que fueran usados en conferencias y ejecuciones artísticas, cubriendo ellos mismos los gastos de dichas emisiones: “fue como si algunas personas compraran espacios, en ese momento lo que se hacía era que ellos se presentaban y por esto cubrían algunos costos técnicos de la emisión”⁶⁷. Sin embargo, la emisión radial obtuvo por parte de algunos sectores de la ciudad, sobre todo el de los comerciantes y la administración departamental, apoyo incondicional a la experiencia que recién se desarrollaba.

⁶⁷ Conversación Personal con el señor José Antonio Churio. En Archivo Personal del Autor

El sistema de publicidad en la radiodifusión tuvo al menos dos modalidades, la primera fue el patrocinio, que consistía en costear la producción y emisión de un programa, y la segunda, fue el anunciante, quien pagaba para que su empresa o producto fuese publicitado en medio de la transmisión de un programa. Los patrocinadores fueron en principio los impulsores de la radiodifusión como empresa. Los primeros patrocinadores comerciales de la radiodifusión fueron las industrias productoras de aparatos radiorreceptores, las cuales encargaban la producción de programas, pagaban a las emisoras su difusión y de esta manera generaban en las personas la inquietud de obtener aparatos de radio y en las estaciones ingresos para el mantenimiento de las mismas. La empresa de este tipo más popular en la ciudad fue la PHYLCO S.A., quien con su programa Phyl Coe Detective Aficionado se ganó la popularidad en los primeros radio escuchas bumangueses. Durante la transmisión del programa, que consistía en que un detective aficionado resolvía casos de robo, asesinatos y misterios de toda clase con títulos como “El Misterio del Teatro de Variedades”. “La obra Maestra Extraviada”, hacía parte del repertorio, mientras un locutor de la estación leía constantemente publicidad alusiva a los radiorreceptores producidos por la compañía PHILCO y sus características técnicas.

En 1938, el patrocinio en la radiodifusión comercial comenzaba a configurarse como parte esencial de las empresas radiales y la venta de espacios o la consecución de patrocinios era fundamental para los empresarios: “a principios de los años cuarenta, la publicidad se vendía de acuerdo al alcance que la emisora tuviera, en ese momento ya existían emisoras de onda corta en otras ciudades del país y con esos avances se podían vender cuñas a empresas nacionales, no sólo locales.”⁶⁸

⁶⁸ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 14 del 2003. En archivo personal del autor

La necesidad de introducir nuevas tecnologías en los tiempos de emisión estuvo determinada básicamente por la cantidad de publicidad que la empresa pudiera conseguir. El radio de acción que la emisora cubriera era garantía en el momento de publicitar los patrocinios. Con el desarrollo de los avances técnicos se incrementó el número de patrocinadores en las emisoras de la ciudad, así mismo, la inteligente estrategia de las empresas productoras de receptores de radio había logrado incrementar el número de aparatos en la ciudad, los oyentes y con esto la posibilidad de que la publicidad emitida llegara a más personas. La efectividad de la publicidad radial fue divulgada por las emisoras como forma de incrementar sus ventas: "Radio Bucaramanga. Propaganda hablada de alta difusión y negocio seguro."⁶⁹

En efecto, había que hacer publicidad de la publicidad que se vendía. En este sentido, las emisoras desarrollaron campañas en toda la prensa local para conseguir este fin: "Radio Santander, Onda corta 62-- 24, onda larga 250 mts. Información y publicidad"⁷⁰. Precisamente en 1944 Radio Bucaramanga publicó el siguiente comunicado "Radio Bucaramanga. Se complace en avisar a todos sus amigos y anunciadores, que mañana domingo inaugurara su potente equipo de onda corta con 4.045 kilociclos de potencia en banda de 62 mts."⁷¹ El siguiente anuncio lo hizo la emisora poniendo a disposición de sus anunciantes un equipo de onda corta de 4.845 kilociclos de potencia y con banda de 62 metros. En la anterior nota publicitaria de prensa se puede observar que las especificaciones técnicas también eran tenidas en cuenta en el momento de patrocinar o anunciar en las emisoras.

⁶⁹ Vanguardia Liberal. Septiembre 7 de 1938

⁷⁰ Vanguardia Liberal. Octubre 16 de 1938

⁷¹ Vanguardia Liberal. Junio 17 de 1944

A las empresas productoras de receptores le siguieron empresas multinacionales que publicitaban sus productos patrocinando programas de radio: “gran concurso radial Bayer”, que consistió en la elección de cartas enviadas a la emisora en las que debían incluirse sobres vacíos de productos de la Compañía; los sobres seleccionados ganaban premios en dinero. El concurso de sal de uvas Picot llamado “Salud, dinero y emoción”, que tuvo la misma estrategia, solicitaba el envío de cinco sobrecitos vacíos, un empaque de papel de los tamaños mediano, pequeño o grande. Las personas que enviaban el producto debían asistir luego a la emisora y responder acertadamente las preguntas que en el programa se le hacían; el monto en dinero del premio era 1.500 pesos. A éstos se sumaron otros patrocinadores que se convirtieron con el tiempo en grandes contribuyentes en cuanto a la configuración y sostenimiento de la programación radial en la ciudad.

Un importante patrocinador fue la Administración Departamental, quien a través de la radio local transmitió las sesiones de la Asamblea, costeadando los gastos de transmisión y así sosteniendo las empresas: “Radio Bucaramanga. Transmite las Sesiones de la Asamblea, en la onda corta 7.125 Klc de potencia, banda de 40 mts y onda larga 1130 Klc. Simultáneamente. Sintónice⁷². Un programa patrocinado por la Alcaldía fue la Radio Revista Progreso Municipal, transmitida por Radio Santander, en el que se trataban temas relacionados con la gestión de la administración municipal en cuanto al progreso de los municipios: ”Radio Revista Progreso Municipal.

⁷² Vanguardia Liberal, mayo 15 de 1942

Se transmite por Radio Santander, patrocinado por la Municipalidad, los empresarios y el comercio”⁷³, se manifiesta aquí el apoyo que para principios de la década de 1940 tenía la radio por parte de un amplio sector de la ciudad. La radio era ya un medio de difusión ampliamente reconocido en términos de su efectividad y las emisoras tenían el carácter de empresas altamente lucrativas a poco más de una década de existencia.

Los grandes patrocinadores fueron sobre todo empresas nacionales que costearon programas en las distintas emisoras locales. Sin embargo, la cuota santandereana fue bastante significativa en el concurso de la publicidad en la radiodifusión regional. Los equipos de onda corta, implementados en las emisoras locales a mediados de la década de 1940, le confirieron a las empresas radiodifusoras bumanguesas la inclusión en las nominas de empresas del orden nacional para pautar publicitariamente en sus tiempos de emisión. En efecto, las emisoras bumanguesas eran escuchadas no sólo en la ciudad, sino en el departamento y existen reportes de audiencia en departamentos vecinos: “se recibió correspondencia de la ciudad de Cúcuta por ejemplo donde la gente escuchaba el sorteo de la Lotería de Santander, otros sitios de Santander como el Socorro, San Gil etc. Y de Boyacá reportando que escuchaban y seguían nuestros programas”⁷⁴.

Al finalizar la década de 1940 y durante de la siguiente encontró una radiodifusión comercial bumanguesa totalmente consolidada y con suficientes espacios publicitarios como para hacer de las tres emisoras locales empresas rentables y competitivas en términos de la programación que transmitían y sobre todo en pleno crecimiento:

⁷³ Vanguardia Liberal. Marzo 6 de 1943

⁷⁴ Entrevista personal con el señor Francisco Kiko Navarro. Marzo 15 del 2003. En archivo personal del autor

En los años cincuenta las emisoras se encontraban en su mejor momento económico, existía en cada una varios locutores, tenían edificios propios y todos construidos especialmente para el funcionamiento de una empresa de ese tipo, los equipos eran de lo mejor. Radio Bucaramanga por ejemplo, tenía un sistema automático de planta eléctrica y un almacén de repuestos absolutamente bien dotado, la emisora jamás salía del aire porque técnicamente estaba preparada para cualquier eventualidad.⁷⁵

Teniendo en cuenta el número de patrocinadores, auspiciadores y anunciantes es claro que las emisoras bumanguesas gozaron de una gran bonanza en los tiempos en los que la radio fue el medio por excelencia para la publicidad. Las empresas locales que pautaron en las emisoras de la ciudad fueron: La Fabrica de Productos Alimenticios La Constancia, que patrocinó programas de músicaailable; Ron Motilón con el mismo tipo de programas; la Compañía Nacional de Tabaco, con sus programas Cabaret del Aire, En Son de Fiesta y Piel Roja Tiene la Palabra; la firma Puyana y Compañía, patrocinando programas especiales de músicaailable; Empresas Unidas Hipinto, con su programa Alfombra Mágica y sus especiales; García Cadena y Cia en programas especiales; y la Lotería de Santander ofreciendo también programas especiales.

El patrocinio de empresas nacionales y extranjeras estuvo a cargo de las que fueron y son grandes anunciadores en los medios masivos de comunicación. Las más importantes llegaron a tener programas que duraron mucho tiempo al aire y que incluso marcaron una época en la radiodifusión nacional, como es el caso de del programa "Coltejer Toca a su Puerta", que fue de gran acogida en todo el país.

⁷⁵ Entrevista personal con el señor José Antonio Churio. Marzo 20 del 2003. En archivo

Empresas de toda índole pautaron en la radiodifusión local y en cierto sentido configuraron la programación emitida: “existieron muchos programas que la emisora solo reproducía en sus estudios y los sacaba al aire; llegaban pregrabados en acetatos como la música y lo único que se hacía era colocarlo en los tornasoles de las consolas y dejar que terminara para intervenir”⁷⁶.

Los patrocinios más destacados provenían de empresas, tales como Pennzoil, que patrocinó la presentación de artistas internacionales: “Hoy por Radio Bucaramanga, Leo Marini. Con su orquesta Radio Caracas. Cortesía de Pennzoil”⁷⁷. También los programas bailables ofrecidos por la colonia Lantik, la multinacional Esso con su “Reporte ESSO”, Icollantas con “Canciones y Dinero”, Textiles Panamericanos S.A. patrocinando programas especiales: “Textiles Panamericanos S.A. Presenta esta noche a las ocho A: Boby Capó y Avelino Muñoz. Por Radio Santander”⁷⁸, la Compañía Pepsodent con su programa Humorismo Y Canciones, Tejicóndor con el concurso “Cántela si Puede”, la Compañía Pond’s con el programa musical Serenata Pond’s, y la multinacional Coca Cola que se dedicó en principio al patrocinio de eventos deportivos: “Coca Cola, marca registrada. Transmitirá el encuentro de Foot Ball entre los equipos Universidad vs Atlético Bucaramanga”⁷⁹. Eventualmente otras empresas hicieron presencia en la pauta publicitaria local, siguiendo siempre la modalidad de auspiciar programas y artistas en casos especiales.

personal del autor

⁷⁶ Entrevista personal con el señor Francisco Kiko Navarro. Marzo 8 del 2003. En archivo personal del autor

⁷⁷ Vanguardia Liberal. Marzo 8 de 1946

⁷⁸ Vanguardia Liberal. Abril 13 de 1949

⁷⁹ Vanguardia Liberal. Mayo 5 de 1951

Pero los patrocinios no fueron solo hechos por empresas grandes o por la administración departamental, pequeños comerciantes locales también le apostaron con el tiempo a la inversión publicitaria por radio, consolidando así una red de pequeños compradores de espacios radiales que asegurarían el futuro económico de las emisoras de la ciudad. Comerciantes locales patrocinaron programas de emisión especial, en los que se transmitieron eventos artísticos, audiciones y conferencias entre otros: “esta noche se presentará por Radio Santander el mundialmente afamado concertista Dalmad y su esposa la gran pianista Genoveva de Arteaga de Dalmad. Hora de arte auspiciada por Automotriz Silva S. A., con la colaboración del municipio de Bucaramanga y la Compañía Colombiana de Tabaco.”⁸⁰

Los comerciantes locales recurriendo a la modalidad de “auspiciar”, lograron tener presencia en las emisiones radiales: “Farmacia Aika de Alfonso Campus. Presenta A: Pedrito Landazabal, artista procedente del Radio City y la National Broadcasting de Nueva York. En un programa de música clásica y popular dedicado al culto pueblo de Bucaramanga.”⁸¹ Otra forma de hacer presencia en la cuota de publicidad por parte del comercio local fue auspiciando también la emisión musical en horarios específicos de transmisión.

Los diferentes géneros musicales eran emitidos por bloques y de esta manera un auspiciador podía elegir el género y el tiempo que quería fuese transmitido en su nombre: “Música de Baile a cargo de la orquesta de la estación, ofrecida por la Bizcochería Palace de Mario Antonio Granados”⁸². “Programa de Música Popular. Ofrecido por la casa Valman Ltda.”,

⁸⁰ Vanguardia Liberal. Octubre 16 de 1948

⁸¹ Vanguardia Liberal. Octubre 9 de 1948

⁸² Vanguardia liberal. Noviembre 11 de 1948

“Programa de Música Venezolana. Ofrecido por Puyana y Compañía”, “Programa Ultimos Boleros Catados por Leo Marini. Una cortesía de Lemaitre”. La estrategia de venta de espacios radiales funcionó perfectamente en la ciudad y los auspiciadores incrementaron su prestigio local “la emisora recibía muchas solicitudes para el auspicio de tiempos para música y programas especiales como los realizados para Navidad, año nuevo, Semana Santa y fiestas patrias”⁸³.

Esta Noche Radio Bucaramanga. Presenta su tradicional programa de Navidad. Patrocinado por las siguientes Casas Comerciales: Compañía Colombiana de Tabaco, Automotriz Silva, Fabrica de Productos Alimenticios La Constancia, Gaseosas Niágara, Ricardo Rueda e hijos, García Cadena y CIA, Consorcio de Cervecería Bavaria, Compañía Central Automotriz S.A., Empresas García Rovira, Empresas Unidas Hipinto, Fabrica de tejidos Obregón, José Puyana, Almacén La Flecha Roja, Angel Puente B, Trillos Y Valenzuela, Estación Bolívar, Luis Ogliastri y Casa Regís.⁸⁴

Los pequeños patrocinadores locales estuvieron a la altura de los grandes del país y su contribución en la pauta publicitaria consolidó el carácter comercial de la radiodifusión en la ciudad. Los espacios que se llamaron y vendieron como “Cuñas Comerciales”, fueron mayoritariamente comprados por pequeños comerciantes bumanguenses y se transmitían en los programas de producción local de las emisoras: “Rivas y sus Alegres Muchachos. Peticiones, Cuñas Comerciales. Música Americana, Cuñas Comerciales. Programa a cargo de La Españolita, Cuñas Comerciales. Música Bailable a cargo de la orquesta del maestro Lindarte, Cuñas Comerciales. Música Variada, Cuñas Comerciales”⁸⁵.

⁸³ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 14 del 2003. En archivo personal del autor

⁸⁴ Vanguardia Liberal. Diciembre 24 de 1948

La pauta local intervino en la programación en la medida en que su capacidad de inversión así lo permitió: “Los patrocinios locales, sobre todo los de pequeños comerciantes los hacían de acuerdo con sus capacidades; en muchos casos un programa especial era patrocinado por varios comerciantes y de esta manera el costo era menor”⁸⁶, “Programa de Músicaailable, tiene esta noche la Radio Bucaramanga. Este programa fue patrocinado por distinguidos comerciantes de la ciudad.”⁸⁷

Los comerciantes se vincularon también ofreciendo premios en los programas de concurso y así sus negocios recibían el beneficio de ser publicitados por radio; ésta llegó a convertirse en una modalidad de patrocinio muy importante en la gestión comercial de las emisoras de la ciudad. A través de este sistema, las emisoras lograron parte del monto para costear programas de producción local: “la idea era que los almacenes que se interesaban en patrocinar, obsequiaban productos de sus negocios de manera que al anunciar los premios, se hacía la publicidad”⁸⁸.

Desde 1938 la pauta local hacía parte de la programación radial: “Publicidad de la Escuela Internacional de Modistería, Se anuncia en radio Bucaramanga”⁸⁹, la farmacia AIKA de Alfonso Campus A, Automotriz Silva S.A., el Café Centenario, Droguería Villar, Don Miguel Zimerman, Bizcochería “Palace” de Mario Antonio Granados, Almacén Para -Ty, Casa Valman Ltda., entre otros.

⁸⁵ Vanguardia Liberal. Mayo 30 de 1945

⁸⁶ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 14 del 2003. En archivo personal del autor

⁸⁷ Vanguardia Liberal. Diciembre 31 de 1953

⁸⁸ Entrevista personal con el señor Francisco Kiko Navarro. Marzo 14 del 2003. En archivo personal del autor

⁸⁹ Vanguardia Liberal. Junio 29 de 1938

La forma en que fueron presentados los comerciales radiales configuró una manera de vender no sólo el producto en sí, sino también una forma de distracción en la emisión radial. Los pregrabados no existían y las cuñas radiales eran leídas por el locutor de turno: “la publicidad se hacía en directo, los comerciales se hacían a manera de libreto y en el transcurso del programa se leían”⁹⁰. La forma de los libretos buscaba exaltar el producto que se anunciaba y por lo regular se escribían de manera tal que rimaran todas las frases: “Tomando Sal de Uvas Picot, dándole a su cuerpo Salud, Dinero y Emoción”⁹¹. El lenguaje comercial en la radio debía además de anunciar divertir, las cuñas debían quedarse en la memoria de los radioescuchas y sin existir imágenes, el ingenio se convirtió en la forma de hacer que estas perduraran:

El lenguaje comercial en esos primeros años de la radio, era muy particular por lo concreto y detallado, sujeto al rigor gramatical de usanza, sin los enfoques idealizados ni las hipérboles que suelen asignarle los publicistas de hoy, y concebido con cierta ingenuidad. Utilizaba con mucha frecuencia el verso como forma de expresión del mensaje. Una muestra, la encontramos en esta propaganda de los productos alimenticios La Constancia del señor Víctor Martínez Villalba: “El chocolate Constancia, sírvase claro o espeso, por su exquisita fragancia se puede tomar sin queso.”⁹²

La competencia entre marcas de productos se hizo evidente en los comerciales radiales: “El hombre que al caminar al pisar no deja huella, demuestra que necesita chocolate Tres Estrellas”⁹³.

⁹⁰ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 14 del 2003. En archivo personal del autor

⁹¹ Vanguardia Liberal. Octubre 19 de 1944

⁹² Martínez Rojas Carlos. Los Años de la Radio. Voces de Santander. Editorial La Bastilla. Bogotá 1994. Pág. 24

⁹³ Martínez Rojas Carlos. Los Años de la Radio. Voces de Santander. Editorial La Bastilla. Bogotá 1994. Pág. 25

El lenguaje comercial en la radio local se modificó con el transcurrir del tiempo, sin dejar de ser parte fundamental de la emisión. Los pregrabados introdujeron los comerciales desarrollados con técnicas que permitían los efectos de sonido y por lo general se elaboraban en forma de dramatizados: “en los comerciales se hacían dramatizados sobre la situación que el producto requería; por lo general, la situación se desarrollaba en una familia”⁹⁴. Los comerciales fueron parte esencial de la emisión radial en la ciudad, no sólo en términos de que hicieron de las emisoras empresas económicamente rentables, sino también en la medida en que constituyeron parte del entretenimiento que la radiodifusión generaba. El aspecto comercial de la radiodifusión en Bucaramanga se desarrolla básicamente a través del apoyo que en principio, las empresas y los comerciantes grandes y pequeños de la ciudad le otorgan a la misma.

Fue mérito de los empresarios radiales bumangueses haber logrado que sus empresas adquirieran el estatus comercial que llegaron a tener; pautar en cualquiera de las tres emisoras de la ciudad Radio Bucaramanga, Radio Santander o Radio del Comercio llegó a ser condición indispensable para la promoción de productos o servicios en la región. El número de patrocinadores, auspiciadores y anunciantes que llagaron a pautar en las emisoras es prueba también de la importancia que en términos de la economía regional y nacional alcanzo la radiodifusión local. La radiodifusión bumanguesa se convirtió en impulsadora de productos y servicios regionales contribuyendo en el desarrollo de la economía local, presentándose así como factor importante dentro del estudio de la historia regional.

⁹⁴ Entrevista Personal con el señor Francisco Kiko Navarro. Marzo 14 del 2003. En archivo Personal del autor

LA RADIODIFUSIÓN BUMANGUESA

UNA MIRADA CRÍTICA

La radiodifusión en la ciudad se observó y criticó de acuerdo al desarrollo que tuvo en el transcurrir del tiempo y la forma como configuró y organizó la programación. En primer término, no se puede hacer una separación en cuanto a la programación que las tres emisoras difundían: Radio Bucaramanga, Radio Santander y Radio del Comercio presentaron esquemas muy similares en cuanto a los tiempos, finalidades y argumentos con los cuales elaboraban su programación. En términos generales, los radioescuchas obtuvieron de cualquiera de las tres emisoras diversión, información y educación que fueron argumentos fundamentales para las tres empresas. Precisamente esta homogeneidad en cuanto a la forma y fin de los programas fue la que dificultó por lo menos hasta la década de 1950 contar con una mirada crítica en cuanto a la emisión radial por parte de los oyentes en la ciudad. En principio la radiodifusión se celebró por el solo hecho de estar presente y la idea de que Bucaramanga entraba en una etapa de innovaciones fue argumento suficiente para que cualquier “cosa” que se radiara fuese considerada de alto valor político, artístico, social o educativo:

Conferencia dictada en la Radio Bucaramanga por el doctor Gustavo Serrano: Santandereanos. Esto del tabaco ya no es tema que se dialogue solamente en el hemicycle de las cámaras, ni cosa que pertenezca a las columnas de los editores, ni voz que tome bríos y se alargue desde las radiodifusoras sino ancho grito que se vierte desde las colinas, y clamor que se engasta tempestuosamente en el pararrayo de nuestra sensibilidad.⁹⁵

⁹⁵ Vanguardia liberal. Abril 13 de 1936

Sobre esta conferencia, la prensa local hizo una crítica exaltando el valor del discurso poético, la veracidad de la información y sobre todo la pertinencia de la misma en cuanto a la educación sobre el tema, que los santandereanos debían tener.

La radiodifusión se entendía como una herramienta importante, sobre todo en el sentido educativo y edificador de valores de pertenencia en el aspecto regional. Las opciones no eran muchas, la pobreza técnica era un obstáculo que había que superar y en estos primeros años las empresas radiales aun no se consolidaban, lo que no permitía hacer grandes inversiones: “en principio fue muy difícil para los empresarios radiales, no se estaba mucho tiempo al aire y se cobraba barato por la poca publicidad; invertir era un riesgo, pero algunos lo hicieron”⁹⁶.

De qué se componía la emisión radial era entonces cuestión sin ningún tipo de valoración y si ésta se hacía siempre fue positiva. La prensa siempre referenció la emisión radial con titulares como: Magistral interpretación, Estupendo Programa etc., la calidad tenía entonces un significado diferente y sin un precedente con el cual comparar, las nacientes emisoras locales tuvieron carta abierta para el ensayo, la prueba y el relleno. Una programación de 1935 así lo muestra: “Programa de Radio: 2 PM -Bosquejo, 2:15 PM-Vicysade, Bosquejo Cómico, 2:30 PM-Bosquejo Dramático, 2:45 PM-Canciones por Barry Mc Kinly, 3:PM-Fin de la Emisión.”⁹⁷ Esta se repite mucho tiempo, se encuentra para el 28, 29 y 30 de agosto del mismo año, al igual que para el siguiente mes.

⁹⁶ Entrevista personal con el señor Carlos Martínez Rojas. Marzo 14 del 2003. En archivo personal del autor

⁹⁷ Vanguardia Liberal. Agosto 27 de 1935

Uno de los conceptos de la programación emitida se encuentra en la publicidad que se hacía para los espacios radiales en la prensa local: “Diviértase aprendiendo en el sensacional programa Caravana de Preguntas. El mejor tiempo para estar en familia. Escriba sus impresiones sobre este programa a esta estación. Radio Santander”⁹⁸. Las estaciones se preocuparon en este sentido por la forma en que las personas recibían sus programas, e invitaron a sus radioescuchas a enviar sus inquietudes y críticas sobre la programación.

Sin embargo, es comprensible que hasta 1940 las dos emisoras de la ciudad se encontraran en un proceso de aprendizaje en cuanto a los aspectos técnicos de la emisión, pues incluso a nivel nacional la radiodifusión comercial era una empresa en formación. El transcurrir de la década de 1940 confirió a la radiodifusión nacional y por su puesto local un crecimiento sin precedentes en los aspectos técnicos, de calidad del servicio y sobre todo en la organización y estructuración de la programación emitida. En efecto, para 1945 por ejemplo, las emisoras emitían de seis de la mañana a diez de la noche y en programas especiales podía extenderse hasta las doce de la noche: “La programación en el año cuarenta y cinco comenzaba a las seis de la mañana, se emitía todo el día hasta las diez o doce de la noche si había algo especial”⁹⁹.

⁹⁸ Vanguardia Liberal. Agosto 11 de 1940

⁹⁹ Entrevista personal con el señor Francisco Kiko Navarro. Marzo 15 del 2003. En archivo personal del autor

Hasta la década de 1950 la única crítica que se registró fue la que hizo el Gobierno. En efecto, el Gobierno se mantuvo vigilante a la emisión radial sobre todo después de los hechos del 9 de abril de 1948. La crítica que se registra esta relacionada con las opiniones políticas que desde las estaciones radiodifusoras se emitían: “De nuevo es permitida la radiodifusión política por las emisoras del país”¹⁰⁰, este encabezado de prensa de 1936 registra el vigilante ojo del Estado sobre la emisión radial. Pero el Gobierno no fue crítico en términos de calidad, este se limitó a la “guarda de buenas costumbres morales y de la seguridad nacional”¹⁰¹.

El segundo ojo vigilante lo tuvo la radiodifusión por parte de la Iglesia Católica y de las autoridades eclesiásticas de la ciudad: “La Iglesia estuvo siempre atenta a los programas que se emitían; y aunque no se produjeron críticas negativas por su parte, los empresarios radiales sabían que ellos tenían mucha influencia en las personas para que escucharan una u otra emisora.”¹⁰²

La Iglesia estuvo atenta a la programación radial como garante de la religiosidad de los bumangueses. Sin embargo, jamás las emisoras de la ciudad provocaron discusión alguna por el tipo de programas que emitieron; éstos estuvieron siempre dentro del marco de lo moralmente permitido y por el contrario ellos mismos se encargaron de reafirmar esos marcos morales en la comunidad.

¹⁰⁰ Vanguardia Liberal. Diciembre 12 de 1936

¹⁰¹ Vanguardia Liberal. Septiembre 25 de 1936

¹⁰² Entrevista personal con el señor Francisco Kiko Navarro. Marzo 15 del 2003. En archivo personal del autor

La Iglesia hizo parte de los eventos importantes de las emisoras como: inauguración de nuevas instalaciones, programas de Navidad y sobre todo en fiestas de carácter religioso: “anoche fueron inaugurados los nuevos estudios de radio Bucaramanga, con participación de prestigiosas figuras del arte nacional e internacional y asistencia de un selecto público. Minutos antes de las ocho el presbítero Manuel Sorzano, acompañados del superior de la hermandad Franciscana en esta ciudad, padres José Arango, impartió la bendición a los nuevos estudios.”¹⁰³. “En semana santa se emitían solo programas religiosos, incluso sin mucha tecnología, se llegó a transmitir servicios religiosos desde la Catedral de la ciudad.”¹⁰⁴ La música que se transmitía era también religiosa y las emisoras salían del aire el jueves y viernes santos.

En general, hasta 1950 la prensa registró de manera positiva la programación de las emisoras de la ciudad. A pesar de la homogeneidad en la programación los radioescuchas tuvieron la opción de elegir entre cualquiera de las tres emisoras y aunque existían preferencias, “a la gente le gustaba mucho asistir al radioteatro de Radio Bucaramanga. Quizá las preferencias las determinaron más los premios que los programas en sí”¹⁰⁵, ninguna de las tres se cuestionó por la calidad de su programación. Durante la década de 1950 la radiodifusión local había logrado un alto nivel técnico, la programación era variada y en la ciudad existían tres emisoras, razones suficientes para que el público oyente entrara en una nueva etapa en la escucha de la radio y las críticas a la floja programación, las fallas de recepción y la calidad de los programas se hicieran presente.

¹⁰³ Vanguardia Liberal. Agosto 21 de 1947

¹⁰⁴ Entrevista personal con el señor Francisco Kiko Navarro. Marzo 15 del 2003. En archivo personal del autor

¹⁰⁵ Entrevista personal con el señor Francisco Kiko Navarro. Marzo 15 del 2003. En archivo personal del autor

En 1954 apareció la página “Radio Y Teatro” en la que se encuentra la sección “Microfonazos” en el periódico Vanguardia Liberal, sección que se dedicara en su tiempo de existencia a publicar una bien sustentada crítica radial; exaltando lo que consideró de calidad y haciendo un llamado a las emisoras en cuanto a la pobreza de algunos programas emitidos: “Este espacio, estará dedicado a señalar lo bueno y lo malo de nuestras emisoras a fin de con crítica constructiva, se resuelvan a elaborar mejores programas. Creemos con ello contribuir con un grano de arena, al adelanto en la radiodifusión.”¹⁰⁶

Radio y Teatro fue la página dedicada al espectáculo en la ciudad; desde allí se publicó todo el movimiento cultural del momento, el cine, la radio, la presentación de artistas en la ciudad, exposiciones de arte, la vida de los artistas de moda y todo lo relacionado con la distracción y la farándula eran tema a tratar por los redactores que utilizaron un lenguaje agudo y sarcástico en algunos casos, de acuerdo al carácter negativo o positivo de la crítica que hacían, siendo siempre respetuosos de las personas a las que las dirigían. Microfonazos fue la voz y el conocimiento que la mayoría de los radioescuchas de la ciudad no tenían sobre el tema radial, su redactor firmando con el seudónimo de “Radiómano” siempre estuvo atento a la emisión radial en la ciudad y es claro el conocimiento que tenía al menos de los programas y personas sobre los cuales emitía sus juicios. Las críticas se hicieron sobre todo en términos constructivos. En este sentido es claro que se hacía más que nada llamados a corregir errores que a juicio del redactor eran cometidos por la improvisación.

¹⁰⁶ Vanguardia Liberal. Mayo 21 de 1954

Pero no sólo en cuanto a estas fallas recibieron las emisoras “tirones de oreja”, en conjunto estuvieron bajo el vigilante “oído” de Microfonazos; este estuvo siempre al lado del receptor y una a una fueron puestas de manifiesto todas aquellas situaciones que le restaban calidad a la programación radial.

En términos de lo que se comentaba en la sección puede decirse que todo aquello que estuvo relacionado con la radio fue tratado desde este espacio. La radiodifusión local era importante en la ciudad y en la misma medida todo cambio en su organización fue referenciado y tomado con suma importancia para la comunidad. Se hizo una crítica de las emisoras con claro conocimiento de la importancia que ellas como medio masivo de comunicación tenían para la región. En este sentido, Microfonazos estuvo atento no sólo a la emisión en términos técnicos, sino también al fondo y a la forma de los programas que radiaban. En rigor la importancia de este espacio radica en el hecho mismo de que la radiodifusión no se observaba ya como un simple medio de distracción; ahora tenía una función clara y sobre ella existían unos parámetros de calidad que había que tener en cuenta y sobre todo, los radioescuchas adquirieron un nuevo estatus pues merecían lo mejor cuando decidieran cual estación sintonizar.

Al finalizar 1954 se publicó en la sección Microfonazos un balance del año radial a través del cual es clara la forma en que la emisión fue seguida todo el año. En este sentido, es evidente que la radiodifusión se constituyó como una forma de observar la cotidianidad de la ciudad basado en los programas radiales. Este balance muestra con claridad los parámetros sobre los cuales se midió la calidad de las audiciones, programas en vivo y concursos entre otros.

La emisión era observada en sentido general y no se nota una separación por emisoras, lo mismo que ningún tipo de filiación por parte de la sección:

Balance Radial del Año.

El esfuerzo más Notable: el cambio de casa, la revolución de programas y el nuevo personal de Radio del Comercio.

El mejor conductor: Luis Eduardo Duque, director artístico de la Radio Santander.

El productor más original: Nestor Paez Rodríguez.

La mejor adquisición: el piano de cola de Radio Bucaramanga.

Lo más agradable: Una Serenata Para Ti, Cartas de Amor y Noticiero RCN de Radio Santander.

Lo más sintonizable: La Tremenda Corte de Radio Bucaramanga.

Lo más indeseable: la redacción de cuñas por las tres emisoras.

Lo menos aceptable: La monotonía de libretos, la colección de canciones mexicanas y el torrente de mambos de las tres emisoras.

Lo más culto: el programa Momento Musical de Pielroja.

Lo más llamativo: El poco o ningún entusiasmo de Pérez por sus programas de antaño.

Lo más bueno: Las producciones líricas de Crovo Amón.

Lo más sensacional: El cambio de discoteca de Radio Santander.

Lo más destacado: La presentación de los coros de Santander en Radio del Comercio.

Lo más adecuado: La hora de música clásica al medio día por Radio Bucaramanga.

Lo más atrevido: El dinamismo de George Cardozo.

La mayor sintonía: obtenida por el programa Buen Humor en la Radio del Comercio.

Lo más censurable: La grabación de cuñas con gritos desaforados.¹⁰⁷

¹⁰⁷ Vanguardia Liberal. Diciembre 25 de 1954

La emisión se observó y criticó desde todas sus manifestaciones, lo mejor y lo peor fue clasificado de acuerdo a criterios de calidad en cuanto a técnica, arte y contenido, al igual que todo aquello que imprimió un sentido de modernización en las emisoras de la ciudad: “Radio Santander Inaugurara mañana modernos equipos”¹⁰⁸, la prensa estuvo atenta a las innovaciones que significaron calidad en la recepción y apoyo siempre los esfuerzos hechos por las empresas. “Con un regio programa, celebrara radio Bucaramanga sus veinticinco años”¹⁰⁹. A pesar de su vigilante ojo, las empresas se consideraban parte de la ciudad, patrimonio de los bumangueses y Santandereanos y la prensa no ahorró esfuerzos resaltando su valiosa labor en pro del desarrollo de la región.

La crítica tampoco se quedó atrás en el momento de resaltar lo que consideró valioso en la emisión, así las emisoras vieron reconocidos sus esfuerzos cuando de buenos programas y presentaciones especiales se trato: “los programas que en honor a la madre se transmitieron el domingo pasado estuvieron muy buenos. Radio del Comercio elaboró bonitos libretos para sus espacios y Radio Santander se lucio con el programa poético dirigido por Alejandro Pérez R.”¹¹⁰ Así mismo, se entendió que la presentación de artistas nacionales y extranjeros, estaba sujeta a la inversión que las emisoras hicieron para presentarlos en sus radioteatros y programas especiales: “Reconocemos el “hit” de Radio Bucaramanga, al presentar al barítono Carlos Julio Ramírez, a Montecristo y al trío Grancolombia. Mil felicitaciones para la emisora.”¹¹¹.

¹⁰⁸ Vanguardia Liberal. Septiembre 28 de 1955

¹⁰⁹ Vanguardia Liberal. Agosto 18 de 1959

¹¹⁰ Vanguardia Liberal. Marzo 14 de 1954

¹¹¹ Vanguardia Liberal. Marzo 14 de 1954

Pero quizá la crítica más importante se hizo en términos de la información que las emisoras sacaron al aire, cuestionando la fuente, veracidad y la redacción que de ellas se hacía. En este sentido, se evidencia que para el momento no todo lo que decía la radio era de absoluta confiabilidad:

Continuamos oyendo varios noticieros sin que se diga la fuente de información. Parece que los periódicos escribieran sus noticieros en la radio y viceversa. Esta carencia de originalidad disgusta a los oyentes. Además si se da lectura a las notas de los diarios locales, por que no agregar la fuente de información?. Creemos que ello esta en los estatutos de radio. Y que es "Robo Intencional" el tomarse la información de los periódicos locales y nacionales¹¹²

Sobre este respecto, Microfonazos fue bastante severo en cuanto lo que consideró ligereza de las emisoras en términos del manejo de la información.

La defensa del radio escucha se hizo a través de este espacio de prensa teniendo como premisa la calidad de lo que se emitía ya fuesen noticias, música, programas de concursos etc. este tipo de criticas evidencian el concepto que para mediados de la década de 1950 se tenía; atrás había quedado la época en la que la radiodifusión fue acogida cualquiera que fuese el sentido de su emisión; se debía respeto a los radio escuchas y Microfonazos estaba para exigirlo.

¹¹² Vanguardia Liberal. Marzo 14 de 1954

La idea por parte de las emisoras de que los oyentes eran ingenuos se puso de manifiesto por parte de la crítica. Su atento oído estuvo en todos los aspectos de la emisión y ni siquiera la programación musical se escapó de ella: “Locura por determinadas canciones existe en las emisoras de la ciudad, los discos de Juan Legido, Carlos Ramírez y de Ana María González, nos tienen enfermos. Antes pasaban “Bésame Morenita” 27 veces. Ahora pasan “La Carta” 26 veces, y el público se exaspera. Y todas las emisoras con una discoteca ambulante tardan tres meses para cambiar el repertorio.”¹¹³

El aspecto técnico también se tuvo en cuenta en la observancia que se hizo de las emisoras. De la misma manera en que la inversión se resaltó como un hecho positivo, las deficiencias fueron puestas de manifiesto y se abogó sobre todo por la calidad de la emisión, considerando de muy mal gusto las fallas que esta presentara: “Malísimo el servicio telefónico de Radio Santander. Una emisora necesita tener su teléfono en buenas condiciones y frecuentemente pasa todo el día dañado. Hemos oído como algunos programas que precisan de llamadas telefónicas han tenido que suspenderse.”¹¹⁴

¹¹³ Vanguardia Liberal. Marzo 14 de 1954

¹¹⁴ Vanguardia Liberal. Marzo 14 de 1954

Los locutores fueron también presa de la crítica. Aunque su labor se recibía con mucho respeto, no escaparon en el momento de cualificar su trabajo:

Numerosas erratas se registran en las cuñas radiales. Unas veces por mala puntuación se cambia por completo el sentido del texto comercial, otras se “comen” la mitad de las palabras y algunas veces se cambia de manera horrenda el significado de ellas. Por ejemplo: se dijo “esposo” en lugar de reposo, se grita a todo pulmón “Serwwin Wilians” por Esther Willians y así sucesivamente. Más cuidado con el castellano y con la lectura señores locutores.¹¹⁵

La crítica no sólo hizo referencia a las fallas de lectura, sino que también observó cuidadosamente la manera de hablar de las personas que estuvieron frente a los micrófonos: “Se anunció en un noticiero que “a un hogar había llegado un par de gemelos” y en una cuña radial “únicos distribuidores exclusivos para Santander”. En primer lugar no se han visto tres gemelos, y en segundo, desde que son únicos, necesariamente son exclusivos.”¹¹⁶. La forma en que los locutores conducían los programas fue tenida en cuenta en el momento de llamar la atención ya fuese de forma negativa o positiva. Se llamó siempre la atención con relación al producto final recibidos por los radioescuchas, el profesionalismo se midió a través de la seriedad con la que se condujeron los programas.

Insistimos en pedir seriedad por parte de algunos locutores. Cuando Teresa Gutiérrez Riaño reía desmesuradamente en los programas vivos y muertos de la N. M. Se le crítico su actuación. Parece que aquí esta de moda reírse por los canales de la radio y a la hora menos apropiada. Y es que si se hiciera solo una vez, pasaría desapercibido, pero el comentario es general y no hay mas remedio que llamar la atención a los aludidos. Seriedad, responsabilidad y cuidado en la lectura de los libretos.¹¹⁷

¹¹⁵ Vanguardia Liberal. Mayo 21 de 1954

En el mismo sentido, se llamó la atención en cuanto a la improvisación de algunos profesionales del micrófono: “Continúan las serias equivocaciones en la programación de discos, pudimos darnos cuenta que no es culpa de los técnicos sino de los señores locutores que no leen bien. En días pasados se anunció a Ana María González en “Paloma Querida” y ella resulto cantando “Te Llevo Dentro de Mí” y así por el estilo, las equivocaciones suceden sin solución de continuidad. Será mucho pedir que tengan mayor responsabilidad y amor por la responsabilidad.”¹¹⁸

Quizá por ser quienes se encontraban al aire, los locutores estuvieron siempre en la mira de la crítica. No existió falla que fuese pasada por alto y las quejas se hicieron en muchos casos con molestia y utilizando tonos bastante altos: “Nada sacan los productores de libretos con escribir guiones llamativos, si los encargados de su lectura echan a perder el texto y significado de los mismos.”¹¹⁹

La entonación, la voz, el timbre de la misma y la puntuación hicieron parte de lo que se tuvo en cuenta en el momento de emitir juicios: “Nos parece falta de lógica que alguien luche por elaborar programas buenos para que luego se les dé una torcida y forzada interpretación por parte de quienes no tiene noción alguna de lecturas, de puntuación y de sentido artístico. Está bien que se lean títulos de discos erradamente y una vez por día, pero que en quince minutos no se oiga ni una palabra bien es inaudito.”¹²⁰

¹¹⁶ Vanguardia Liberal. Marzo 14 de 1954

¹¹⁷ Vanguardia Liberal. Mayo 28 de 1954

¹¹⁸ Vanguardia Liberal. Mayo 28 de 1954

¹¹⁹ Vanguardia Liberal. Mayo 28 de 1954

¹²⁰ Vanguardia Liberal. Mayo 28 de 1954

La programación también fue observada en su conjunto, haciendo una crítica de lo que la ciudad escuchaba a través de sus tres estaciones radiales. En este sentido es claro que existía un panorama general en cuanto a la emisión radial y que al momento de emitir juicios esta se pensó como un “todo”, ganando la crítica “imparcialidad” en sus criterios:

La monotonía es el defecto principal de nuestras emisoras. Todos los días a idénticas horas oímos los mismos espacios con libretos gastados y falta de originalidad. Esta bien que no se cambie la programación diaria pero durante las horas de la noche hay que darle movilidad a los espacios radiales, inventar algo nuevo, escoger música apropiada y escribir libretos que llamen la atención.¹²¹

Éste fue un aspecto sobre el cual se llamó mucho la atención, la emisión en la ciudad se había convertido en algo monótono y sin muchos cambios, los programas desde mucho tiempo seguían manejando la misma estructura y el público y la crítica pedían cambios en el que era el medio de distracción más difundido en la región: “Casino del Aire, espacio que se transmite todas las noches de ocho y media nueve de la noche ha tenido aceptación del público joven. Nos gustaría que le pusieran un toque de originalidad, desviándose un tanto de programas similares que existen en esta misma emisora.”¹²²

Sobre los programas se emitieron toda clase de juicios, desde el lenguaje, hasta la forma en que eran nombrados: “Veladas Hogareñas. Programa femenino que Radio del Comercio emite en horas de la mañana. A tan bonito espacio radial debían ponerle otro título, porque veladas en la mañana indigestan. Creemos que las veladas son en las horas de la noche.”¹²³

¹²¹ Vanguardia Liberal. Junio 23 de 1954

¹²² Vanguardia Liberal. Junio 23 de 1954

¹²³ Vanguardia Liberal. Junio 23 de 1954

El lenguaje de los libretos fue duramente criticado debido a la poca evolución que en términos de fondo y forma se apreciaba en él. De acuerdo a Microfonazos, las radiodifusoras locales continuaban emitiendo sus programas con libretos anclados en tiempos anteriores y las fallas en términos literarios parecían ser muchas:

Mucha literatura barata se ofrece en algunos programas nocturnos de las emisoras de la ciudad. Cantidades de palabras almidonadas se escuchan en ciertos espacios radiales y no se sabe que se está oyendo ya que son frases gastadas y sin relación alguna con las melodías... ciertos libretos deberían leerse antes de lanzarse al espacio con el fin de corregir serios defectos literarios y frasees románticas que están plagadas de cacofonías y música de palabras.¹²⁴

Aunque la presentación de artistas en vivo fue recibida con entusiasmo por parte de la crítica y los oyentes, no se pasó por alto la calidad de lo mismos:

En mas de una ocasión nos han visitado ejecutantes, cantores de boleros, recitadores, excéntricos guitarristas; maraqueros y en ocho o diez días que dura la temporada en cualquier emisora, los adjetivos hacia ellos se vuelven escasos al ser presentados. Una presentación básica o tipo para estas audiciones puede ser: les presentamos al conjunto equis, embajadores de la música autóctona de México, quienes hacen de sus presentaciones un verdadero regalo para el espíritu. Sus guitarras y sus voces engalanaran el espacio y sus exquisitas canciones harán una fiesta familiar.¹²⁵

¹²⁴ Vanguardia Liberal. Julio 9 de 1954

¹²⁵ Vanguardia Liberal. Julio 9 de 1954

En el mismo tono, se llamó la atención por magnificación injustificada que se hizo de cuanto “artista” llegó a la ciudad y fue presentado por las emisoras:

La palabra genio ya no tiene importancia, genio es hoy por hoy en la jerga radial, cualquier Zoquete que toca una guitarra o canta boleros a media voz. Y la palabra artista es un adjetivo que se endilga al cuesta un chiste de moda hoy, al que hace un comentario a Los Panchos, al que imita con alguna gracia a una lora o un gato. Artista, es para los libretistas de nuestras emisoras el que hace algún ruido en el micrófono. El nombre de artista ya no tiene vigencia y su misma repetición por todas partes y a toda hora, se ha vuelto tan común que ya no creemos en nada ni en nadie.¹²⁶

Pero la crítica también confirió su mérito a los aciertos en la emisión radial de la ciudad. Siempre que se presentó un artista de calidad, se introdujeron cambios en la programación, se contrataron nuevos locutores, se divulgó dando a cada acontecimiento el valor que para la radiodifusión local tenía: “Esta semana que acabó de pasar ha sido de grandes transformaciones en cuanto a programas y libretos radiales se refiere. Aun cuando dichos espacios radiales no se salen de lo común, han gustado bastante al público.”¹²⁷

Así mismo, se celebraron los esfuerzos hechos por las emisoras por sostener espacios que para la fecha resultaban caros de producir: “Los programas vivos, continúan presentándose contra viento y marea.

¹²⁶ Vanguardia Liberal. Julio 9 de 1954

¹²⁷ Vanguardia Liberal. Junio 23 de 1954

En la Radio Santander. Anoche se presentó la colombiana Berenice Chávez, una voz agradable en canciones de hondo sabor folklórico.”¹²⁸ Sobre la contratación de nuevos locutores la noticia se tomó con entusiasmo:

Una Voz Femenina, llegó ahora a Radio Santander. Se trata de Dora Cadavid, quien desde la semana pasada se halla al frente de dicha emisora. Naturalmente nos alegra oír una voz femenina porque nos estaba haciendo falta. Aun cuando no es figura de primer orden en la radiodifusión colombiana, posee magnífica voz y puede llegar muy lejos si mantiene su espíritu y el entusiasmo y amor por las lides radiofónicas.¹²⁹

Muchos programas recibieron crítica muy positiva en cuanto a sus libretos, temática y horario: “Sinfonía de la Estrellas es un bonito y llamativo programa que se está transmitiendo toda las noches de diez a diez y cuarto. Dicho espacio contiene música suave y libretos elaborados con gusto y originalidad.”¹³⁰ Finalmente, la crítica realizada a través de Microfonazos, entendió y apoyó los esfuerzos hechos por las emisoras en pro de mejorar los aspectos que disminuían su calidad. “Radio del Comercio ha cambiado su programación y esta llevando a cabo una labor radial digna de elogio.”¹³¹ Es evidente que no existió restricción en el momento de exaltar los triunfos que la radiodifusión obtuvo en el nivel nacional. “Resonante Triunfo Nacional Obtiene Radio del Comercio. Sus programas serán transmitidos por todas las radiodifusoras del país.”¹³²

¹²⁸ Vanguardia Liberal. Marzo 14 de 1954

¹²⁹ Vanguardia Liberal. Mayo 21 de 1954

¹³⁰ Vanguardia Liberal. Mayo 21 de 1954

¹³¹ Vanguardia Liberal. Mayo 21 de 1954

¹³² Vanguardia Liberal. Abril 12 de 1958

La crítica hecha a la radiodifusión local sirvió de medida para conocer su calidad mas allá del romanticismo con el que había sido tratada hasta entonces. Fue más que pertinente por parte de la prensa local, ocuparse de la elaboración de una crítica minuciosa, conocedora del tema y siempre bien intencionada en cuanto a la emisión radial se refería. En este sentido, las emisoras como empresas debieron entender que los radioescuchas merecían ser tenidos en cuenta y que la audiencia y por consiguiente la rentabilidad económica de las mismas dependía de ellos.

Los radioescuchas obtuvieron por medio de la crítica un espacio para su defensa y las emisoras debieron implementar mejoras en la calidad y variedad de sus programas. Al igual que los grupos de presión en la política, la crítica a los medios masivos de comunicación mantienen unos parámetros de calidad y exigencia tanto de quienes los manejan como de quienes son sus receptores.

En términos generales, la crítica hecha desde la prensa puso de manifiesto las fallas y virtudes de las emisoras de la ciudad, sin desconocer una labor realizada por mucho tiempo de quienes seguían en la tarea de construcción de un medio que aun hoy se continua elaborando.

CONCLUSIONES

Desde su llegada, la radiodifusión generó en torno suyo diversas empresas que fortalecieron a nivel nacional y local su permanencia. A nivel nacional la radiodifusión se constituyó en herramienta para poner en marcha políticas del gobierno en pro del mejoramiento de aspectos como la economía, la educación y la difusión cultural. Así mismo, la radiodifusión se conformó dentro del marco de los medios masivos de comunicación como una industria sumamente rentable y un nuevo renglón en el ámbito de las empresas privadas de difusión pública. La llegada y fortalecimiento de la radiodifusión en todo el país obedeció al impulso que el Gobierno le dio a la iniciativa de los empresarios radiales a través de políticas que ayudaron al incremento del número de emisoras en todo el territorio nacional. Finalmente, se estableció que la radioafición fue la génesis de la radiodifusión comercial en Colombia.

En el ámbito de lo local la radiodifusión comercial funcionó como un divulgador de directrices estatales en lo económico, lo político y lo cultural. La emisión radial en la ciudad estuvo supeditada siempre a los lineamientos trazados por el Gobierno y se comportó como un reproductor de la idea de ciudadano ejemplar que se debía ser. En el mismo sentido, se reprodujo siempre la familia como núcleo central de la sociedad y los valores regionales y nacionales como fundamentales en la construcción de la nación que se quería llegar a ser. La educación fue prioritaria y en este aspecto se recurrió a la programación misma como elemento educador no solo en valores morales, sino también en sentido científico. Desde las emisoras se promovieron campañas que buscaron educar en sentido general a las personas que tuvieron acceso a la radiodifusión.

En términos económicos, la radiodifusión jugó un papel de suma importancia en la divulgación de productos y servicios tanto locales como nacionales. En lo regional la radiodifusión aportó los beneficios que la publicidad confiere en un medio de tan alta difusión como lo fue la radio, y el rápido crecimiento de las empresas radiodifusoras es prueba de una modificación en la concepción en la forma de promocionar productos y servicios. En este sentido, las industrias locales se vincularon de manera directa y fueron participes e impulsadoras del desarrollo de la radiodifusión en la ciudad. Los empresarios locales dieron a sus emisoras la calidad y el prestigio suficientes para ser tenidas en cuenta por parte de patrocinadores nacionales que compraron espacios comerciales para la venta de sus productos. En este orden de ideas, la radiodifusión local se mostró como elemento fundamental dentro del circuito económico de la región siendo ella misma fuente de ingresos para un importante sector productivo de la ciudad.

Finalmente, la programación radial fue tomada en cuenta por parte de la prensa que se convirtió en su promotora y crítica más fuerte. La prensa local estuvo siempre al tanto de lo que se produjo y emitió en las estaciones locales y resaltó y condenó lo que consideró bueno y malo de las mismas. La crítica hecha a la programación radial de la ciudad se fundamentó en parámetros de calidad en cuanto a la programación que se emitía y sus contenidos. De acuerdo a la prensa local, en 1954 la programación que se pudo escuchar en cualquiera de las tres emisoras - Radio Bucaramanga, Radio Santander y Radio del Comercio - tuvo el vicio de seguir siendo elaborada con la misma estructura con la que se había hecho mucho tiempo atrás lo que la hacía anticuada y muy aburrida. Sin embargo, de igual manera resaltó los esfuerzos de los empresarios por hacer más eficientes sus estaciones en cuanto a los adelantos tecnológicos que se implementaron en las mismas.

En términos generales, la radiodifusión bumanguesa tuvo un desarrollo desde local, proyectándose a nivel nacional y alcanzando altos niveles de calidad en la programación que emitió y la estructura de la misma. Las emisoras configuraron un lenguaje local propio en cuanto a la idea que de diversión, información y educación transmitieron en su programación. Las tres emisoras locales - Radio Bucaramanga, Radio Santander y Radio del Comercio - ejercieron una fuerte influencia en la configuración de la regionalidad y la localidad, resaltando valores y sentidos locales y regionales. Así el desarrollo de las empresas muestra la evolución de un medio de comunicación que a principios del siglo XX daba sus primeros pasos y que tres décadas después se constituía en elemento fundamental en aspectos tan importantes como la economía y la educación. La radiodifusión local contribuyó en el desarrollo regional abriendo una brecha importante en la concepción de la “comunicación” que hasta su llegada se había manejado en la ciudad. La radiodifusión local se constituyó como parte fundamental de la ciudad en los espacios cotidianos de la misma, la ciudad y la región se conectan a través de la escucha de la radio y los adelantos tecnológicos acortaron distancias, situación que posibilitó la idea de pertenencia en lo que a la santandereanidad se refirió.

Finalmente, se puede afirmar que en 1960 las tres emisoras que emitieron desde la ciudad se habían constituido en parte esencial de la vida cotidiana de la misma y entorno suyo giró gran parte del entretenimiento de sus habitantes.

Así mismo se encontró que la radiodifusión bumanguesa aportó en tres aspectos fundamentales en lo que al desarrollo regional se refirió esto fue: lo económico, lo educativo y la configuración del sentido de “lo propio”. Para la misma fecha las tres emisoras fueron empresas altamente rentables, que generaron empleos directos e indirectos, constituyéndose de ésta manera como parte importante de la economía local y sobre todo de crecimiento sostenido.

FUENTES

FUENTES ORALES

-Francisco "Kiko" Navarro: entrevistas personales. Febrero 23, febrero 24, marzo 1, marzo 8, marzo 15 de 2003.

-José Antonio Churio: entrevistas personales. Marzo 13, marzo 17, marzo 20 de 2003.

-Carlos Martínez Rojas: entrevistas personales. Marzo 13, marzo 14 de 2003.

PRENSA

Vanguardia Liberal: noviembre 23 1928, enero 12 de 1929, noviembre 1 de 1929, diciembre 11 de 1929, mayo 3 de 1930, octubre 7 de 1930, diciembre 13 de 1930, diciembre 24 de 1931, abril 1 de 1932, julio 19 de 1932, mayo 23 de 1934, julio 18 de 1934, julio 26 de 1934, noviembre 9 de 1934, noviembre 18 de 1934, junio 21 de 1935, julio 19 de 1935, agosto 27 de 1935, agosto 28 de 1935, julio 22 de 1936, septiembre 25 de 1936, octubre 25 de 1936, diciembre 5 de 1936, diciembre 12 de 1936, junio 11 de 1937, septiembre 24 de 1937, enero 19 de 1938, abril 13 de 1938, mayo 6 de 1938, mayo 8 de 1938, mayo 10 de 1938, mayo 13 de 1938, mayo 17 de 1938, mayo 20 de 1938, mayo 29 de 1938, mayo 31 de 1938, junio 2 de 1938, junio 16 de

1938, junio 29 de 1938, septiembre 7 de 1938, abril 17 de 1940, agosto 6 de 1940, agosto 31 de 1940, agosto 24 de 1941, marzo 12 de 1942, abril 29 de 1942, mayo 15 de 1942, noviembre 3 de 1942, noviembre 7 de 1942, noviembre 8 de 1942, noviembre 29 de 1942, diciembre 3 de 1942, diciembre 5 de 1942, diciembre 10 de 1942, marzo 16 de 1943, marzo 19 de 1943, marzo 20 de 1943, marzo 12 de 1943, marzo 6 de 1943, febrero 9 de 1943, abril 9 de 1943, julio 11 de 1943, agosto 11 de 1943, agosto 12 de 1943, agosto 19 de 1943, agosto 29 de 1943, octubre 12 de 1943, diciembre 21 de 1943, diciembre 23 de 1943, diciembre 31 de 1943, enero 13 de 1944, marzo 4 de 1944, marzo 26 de 1944, abril 25 de 1944, junio 17 de 1944, junio 18 de 1944, junio 20 de 1944, octubre 17 de 1944, diciembre 24 de 1944, abril 10 de 1945, abril 28 de 1945, mayo 7 de 1945, mayo 18 de 1945, mayo 30 de 1945, junio 8 de 1945, junio 9 de 1945, junio 10 de 1945, agosto 15 de 1945, noviembre 11 de 1945, marzo 8 de 1946, marzo 23 de 1946, abril 23 de 1946, mayo 21 de 1946, mayo 30 de 1946, julio 28 de 1946, agosto 1 de 1946, diciembre 24 de 1946, enero 10 de 1947, febrero 13 de 1947, abril 27 de 1947, julio 20 de 1947, agosto 17 de 1947, agosto 21 de 1947, septiembre 10 de 1947, octubre 3 de 1947, octubre 28 de 1947, diciembre 31 de 1947, enero 25 de 1948, marzo 12 de 1948, marzo 12 de 1948, abril 13 de 1948, abril 23 de 1948, abril 27 de 1948, mayo 23 de 1948, mayo 27 de 1948, mayo 26 de 1948, junio 19 de 1948, julio 3 de 1948, julio 10 de 1948, julio 18 de 1948, julio 28 de 1948, agosto 6 de 1948, octubre 16 de 1948, octubre 9 de 1948, octubre 16 de 1948, diciembre 24 de 1948, marzo 11 de 1949, marzo 9

de 1949, marzo 6 de 1949, abril 13 de 1949, mayo 27 de 1949, octubre 26 de 1949, febrero 12 de 1950, febrero 25 de 1950, abril 13 de 1950, septiembre 1 de 1950, diciembre 1 de 1950, diciembre 24 de 1950, diciembre 29 de 1950, marzo 28 de 1951, abril 5 de 1951, abril 30 de 1954, mayo 26 de 1951, mayo 5 de 1951, enero 22 de 1954, enero 22 de 1954, enero 25 de 1954, febrero 1 de 1954, febrero 6 de 1954, febrero 26 de 1954, marzo 5 de 1954, marzo 12 de 1954, marzo 14 de 1954, mayo 21 de 1954, mayo 28 de 1954, junio 4 de 1954, junio 13 de 1954, junio 23 de 1954, julio 9 de 1954, septiembre 3 de 1954, septiembre 24 de 1954, octubre 1 de 1954, octubre 8 de 1954, octubre 24 de 1954, octubre 29 de 1954, noviembre 5 de 1954, noviembre 10 de 1954, noviembre 28 de 1954, diciembre 25 de 1954, septiembre 21 de 1955, septiembre 22 de 1955, septiembre 28 de 1955, octubre 15 de 1955, octubre 18 de 1955, diciembre 13 de 1955, enero 31 de 1956, febrero 16 de 1956, febrero 28 de 1956, febrero 5 de 1958, febrero 17 de 1958, marzo 14 de 1958, abril 12 de 1958, septiembre 5 de 1958, octubre 18 de 1958, diciembre 7 de 1958, diciembre 12 de 1958, diciembre 13 de 1958, agosto 28 de 1959, agosto 22 de 1959, enero 6 de 1960, enero 21 de 1960.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

BERGER, Peter y LUCKMANN, Thomas. La Construcción Social de la Realidad. Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1968.

GARCIA CANCLINI, Néstor. Consumidores y Ciudadanos. México, Editorial Grijalbo, 1995.

GIRALDO ISAZA, Fabio y LÓPEZ, Héctor Fernando. "La Metamorfosis de la Modernidad". EN: Colombia: el Despertar de la Modernidad. 3ª ED. Bogotá, FORO NACIONAL POR COLOMBIA, 1998. pp. 11 –18.

KALMANOVITZ, Salomón. Economía y Nación. Bogotá, Siglo Veintiuno Editores, 1985.

LEAL BUITRAGO, Francisco. Estado y Política en Colombia. Bogotá, Siglo Veintiuno Editores, 1984.

PULIDO CHÁVEZ, Orlando. Hegemonía y Cultura: Introducción a las Estructuras Culturales Disipativas. Bogotá, s.n. 2000.

BIBLIOGRAFIA ESPECIFICA

BALANDIER, Georges. El Poder en Escenas. Barcelona. Ediciones Paidós, 1994.

CASTELLANOS Nelson. La Civilización del Iltrado. Proyecto Ilustrado de Radiodifusión en Colombia (1929-1940). s.n., s.a.

CAZENEUVE, Jean. Sociología de la Radio – Televisión. Buenos Aires. Editorial Paidós, 1967.

LALINDE POSADA, Ana María. “Radio Informativa: ¿Es Posible la Participación?”. EN: Revista: Signo & Pensamiento N° 33. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, 1998. pp. 12 - 20

LEWIS, M Peter y BOOTH, Jerry. El Medio Invisible, Radio Pública, Privada y Comercial. Barcelona, Paidós. 1992

LÓPEZ FORERO, Luis. Introducción a los Medios de Comunicación. 6ª. ED. Santa Fe de Bogotá. Usta. 1994.

MARTÍN BARBERO, Jesús y REY BELTRÁN, “El Periodismo en Colombia: de los Oficios y los Medios”. EN: Revista Signo y Pensamiento N° 30. Santa Fe de Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana: Facultad de Comunicación y Lenguaje.1997.

_____ “Nuevas Tecnologías y Procesos de Transformación Cultural”. EN: Revista Signo & Pensamiento N° 10. Santa Fe de Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana. 1987. pp. 7- 15

_____ “Mediaciones Urbanas y Nuevos Escenarios de Comunicación”. EN: Cátedra Unesco. *s.n.* 1994.

_____ Comunicación y Espacios Culturales en América Latina. EN: Revista Signo & Pensamiento N° 5. Santa Fe de Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana.1995. pp. 32-35.

_____ Pre-Textos. Editorial Universidad del Valle. Santiago de Cali. 1996. Pág. 166.

_____ De los Medios a las Mediaciones. 4ª ED. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. 1997.

MC QUAIL, Denis. Sociología de los Medios Masivos de Comunicación. Buenos Aires. Ed. Paidós, 1969.

MARTINEZ ROJAS, Carlos. Los Años de la Radio. Voces de Santander. Santa Fé de Bogotá. La Bastilla. 1994

MURDOCK, Graham. "Las comunicaciones y la Constitución de la Modernidad". EN: Revista de Occidente Nº 170-171. Madrid. Fundación José Ortega y Gasset.1995. pp. 18 -22

VASQUEZ, Tomás Antonio. "Comunicación y Educación desde la Cultura". EN. Revista: Educación y comunicación masiva. p. 45-47.

WALTER HASELOFF, Otto. La Comunicación. Caracas. Tiempo Nuevo S.A. 1970