

PROGRAMACIÓN Y CONTENIDO RADIAL DE RADIO UNIVERSIDAD DE PUERTO
RICO A TRAVÉS DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A JULIO TORRESOTO,
ROSA ALERS RAMOS Y CARLOS CAMUÑAS CASTRO, DIRECTIVOS DE
PROGRAMACIÓN ENTRE 1981 Y 2015: HISTORIA, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN.

AITXA SANTOS NIEVES

Sometido a la Facultad de Comunicación e Información de la Universidad de Puerto Rico,
Recinto de Río Piedras, en cumplimiento de los requisitos para obtener el grado de Maestría
en Artes de la Comunicación.

28 DE MARZO DE 2022

Eliseo R. Colón Zayas, Ph.D.
Tutor

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a Dios, por quien se vive, por ayudarme a terminar este proyecto. Le agradezco el haberme dado la fuerza y el coraje para hacer de este sueño una realidad. Se lo dedico también a mis padres Alicia Nieves Romero y a Juan A. Santos Agosto por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad. Mis logros se los debo a ellos incluyendo esta investigación, como uno de los más importantes en mi carrera profesional. Gracias por su motivación constante para así alcanzar mis anhelos. Dios les bendiga por siempre. Su hija eternamente agradecida.

RECONOCIMIENTOS

Mi más sincero agradecimiento al director de esta tesis, el doctor Eliseo Colón Zayas, por su infinita paciencia y dedicación en los años que llevó como profesor en la Facultad de Comunicación e Información de la prestigiosa Universidad de Puerto Rico. Así, también agradezco a todo el personal, la facultad y los compañeros que, como yo, culminamos esta etapa en nuestras vidas.

De igual forma reconozco a Julio Torresoto, Rosa Alers Ramos y a Carlos Camuñas Castro para ellos infinitas gracias. A Veronique Abreu Tañón, por su amistad y consejos para proseguir estudios graduados en la Facultad, al doctor Mario Roche Morales, a Nora Soto Ramírez, amigos todos, gracias. A Rogelio Lugo Camacho por su preocupación y consejos por ser mi psicólogo personal, aunque en algunos momentos terminé siendo yo su terapeuta particular. De igual manera, va mi agradecimiento a mis compañeros y a la gerencia de Radio Universidad de Puerto Rico. Reconozco, además, la amistad y consejería desinteresada de Lorena Brondani, a Melanie Túa por su amistad, solidaridad y colaboración, a la doctora Lilliana Ramos Collado por su amistad, consejos y colaboración, a los estudiantes Daniela Alvarado Rivera y Luis Xavier Passalacqua Montes por su ayuda y consejos. Agradezco también a todos mis compañeros y profesores de maestría por su compromiso y dedicación para con los estudiantes.

Finalmente, destaco a las siguientes personas por su solidaridad y destacada colaboración: Osvaldo Rivera Soto, director de Medios Audiovisuales en la Facultad de Comunicación e Información, a Elmer González Cruz, productor de Son de Cuba y Son del Caribe de Radio Universidad, a Jorge H. Medina Martínez, productor del programa Cantar América Clásico y Cantar América Dominical, a la doctora Zayra Badillo Castro, al doctor Errol Montes Pizarro, productor del programa Rumba Africana, a la doctora Silvia Álvarez Curvelo y a la doctora María de los Ángeles Ortiz Reyes.

RESUMEN

Este trabajo reconstruyó la historia de las estrategias de programación y contenido de Radio Universidad de Puerto Rico (RUPR) mediante entrevistas en profundidad a Julio Torresoto, Rosa Alers Ramos y Carlos Camuñas Castro, tres de los ex directores de programación entre 1991 y 2015. Se analizó la programación radiofónica y los perfiles de los programadores radiales y se concluyó que cumplen con el modelo de radio pública, tal y como lo describe Izquierdo Castillo (2016). Esto permitió identificar las fortalezas de RUPR.

Las entrevistas en profundidad a los tres ex directores de programación de la radio proveyeron datos significativos para la reconstrucción parcial de una historia de la programación en sus respectivas épocas. Se observó en qué coincidían y cuáles eran sus diferencias. Con el modelo de evaluación de la programación radial propuesto por Izquierdo Castillo (2016), se determinó que la programación de Radio Universidad de Puerto Rico atiende el modelo público de la programación radial y que los directivos de programación entrevistados definían sus funciones y obligaciones de acuerdo con dicho modelo. No obstante, a base de los resultados, se detectó como oportunidad de mejorar la necesidad de incorporar técnicas científicas de programación para ordenar el trabajo y así proveer un valor agregado a Radio Universidad de Puerto Rico.

Palabras clave: Radio Universidad, Programación, El *rating*, El concepto de *streaming*, El *benchmarking*.

RESUMEN BIOGRÁFICO DE LA AUTORA

La autora de esta investigación es una comunicadora fajardeña con vasta experiencia en el campo laboral y académico dentro de las comunicaciones y en especial en el ámbito de la radio. Posee un grado Asociado en Comunicaciones de la Universidad Interamericana, luego obtuvo el de Bachiller en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Carolina. Su experiencia laboral en los medios comenzó como locutora en el año 1987 en la estación de radio WMDD A.M., en Fajado. Llegó a WMDD A.M. cuando aún se utilizaba la consola de Potes, Toca Discos, máquinas de grabar y reproducir en formato Ocho Tracks, en Rell to Rell, de Cassette, y el Teletipo de noticias. Ya para el año 1993, 1994 se comenzaba con la automatización. En WMDD A.M. trabajó desde la unidad remoto, grabó y entrevistó a personalidades de la política, artistas, editó anuncios y se desempeñó en diferentes posiciones, entre éstas: Directora de Programación; Coordinadora de Tráfico y Continuidad; Coordinadora de Operaciones Técnicas; Locutora, Periodista, Entre otros.

En el año 1995 trabajó en lo que fuera la emisora Sonocolor y que luego se convirtió en Q.97 F.M., ubicada en el pueblo de Caguas. Desde el año 1996 hasta el presente ha estado trabajando en 89.7 F.M. Radio Universidad de Puerto Rico. Laborar en RUPR es un orgullo, una estación diferente para un público diferente, fiel y siempre comprometida en el bienestar de Radio Universidad.

Le encantan los retos y cumplir con sus metas, aplica en su vida la frase: ‘del cobarde no se ha escrito nada’. Fue la primera mujer en ser contratada como técnico de control, locutora en radio Universidad y hoy en día coordina Operaciones Técnicas de Radio Universidad, siendo también la primera mujer en ocupar ese puesto. Con la entrega de esta investigación, completa los requisitos para culminar una Maestría en Artes de la Comunicación con concentración en Teoría e Investigación de la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	11
A. Radio Universidad de Puerto Rico en el contexto radial puertorriqueño	12
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVO	16
A. Trasfondo histórico y marco conceptual	17
B. Aspectos históricos de la radio en Puerto Rico	17
C. Sistematización de la programación radial por la industria	18
D. Diferencias entre radio comercial y pública: Estados Unidos y Puerto Rico	20
E. La programación y el programador radial: conceptos teóricos	22
III. METODOLOGÍA	25
A. Entrevista en profundidad para recuperar la historia	25
B. Planillas para evaluar la programación y las entrevistas	26
IV. HALLAZGOS Y ANÁLISIS	30
A. Entrevistas en profundidad	30
i. Entrevista a Julio Torresoto	30
ii. Entrevista a Rosa Alers Ramos	52
iii. Entrevista a Carlos Camuñas	66
B. Análisis de la programación radiofónica y del perfil de los programadores radiales de Radio Universidad de Puerto Rico.	85

	8
i. Evaluación de la programación de Radio Universidad de Puerto Rico	85
ii. Evaluación del perfil de programador radial de los entrevistados	90
V. CONCLUSIONES.....	103
VI. REFERENCIAS.....	106
VII. APÉNDICES	109
Apéndice 1: Biografía de Julio Torresoto	110
Apéndice 2: Biografía de Rosa Alers Ramos	111
Apéndice 3: Biografía de Carlos Rafael Camuñas Castro	112

Índice de Tablas

Tabla 1.....	13
Tabla 2.....	27
Tabla 3.....	28
Tabla 4.....	86
Tabla 5.....	87
Tabla 6.....	91
Tabla 7.....	95
Tabla 8.....	99

Capítulo 1

I. INTRODUCCIÓN

Arraut Camargo (2010) recuerda que la innovación ha sido durante estos últimos años y especialmente en la década de 2020 un factor dominante en el crecimiento económico de cualquier país, incorporado con objetivos ambiciosos a corto y a largo plazo. Se puede decir que la innovación representa la fuerza que impulsa las empresas y las conduce a la renovación de sus estructuras organizacionales. Como cualquier otro tipo de empresa, el sector radiofónico, industria que nos atañe en este trabajo, también ha experimentado un desarrollo e innovación durante los primeros años del siglo XII, tal y como ha sido para muchas estaciones el paso de la señal analógica a la señal digital por aire o su transmisión a través de plataformas de Internet. Si bien Cadena Radio Universidad de Puerto Rico ha experimentado rápidas transformaciones durante los primeros años del siglo XXI, consideramos importante ofrecer unos contextos que permitan observar estos cambios como parte de un desarrollo histórico de cuarenta y dos años. Este trabajo recoge la historia de la programación radiofónica de Radio Universidad de Puerto Rico (RUPR) a través de las voces y experiencias de sus tres exdirectivos de programación. Julio Torresoto fue el primer director de programación y estuvo en el puesto entre 1991 y 1992. Rosa Alers Ramos fungió como directora de programación entre 1995 y 2000. Finalmente, Carlos Camuñas Castro fue director de programación entre 2000 y 2015. El propósito del estudio fue recuperar la historia de los primeros treinta años de la programación radiofónica de Radio Universidad de Puerto Rico desde la perspectiva de sus tres primeros directores de programación. Hemos recurrido a la técnica de la entrevista en profundidad para construir una historia de lo que fue la programación de Radio Universidad durante esos años. A su vez, el trabajo busca evaluar la programación de Radio Universidad de Puerto Rico y la forma en que los directores de programación describen sus funciones y obligaciones a partir de la tipología elaborada por Izquierdo Castillo (2016).

A. Radio Universidad de Puerto Rico en el contexto radial puertorriqueño

Radio Universidad de Puerto Rico (WRTU 89.7 FM, San Juan y WRUO 88.3 FM, Mayagüez) es una cadena de emisoras educativas ubicada en los recintos de Río Piedras y Mayagüez de la Universidad de Puerto Rico. En la medida en que es una radio universitaria, su objetivo es brindar programación de carácter educativo e informativo. La misión de Radio Universidad es servir a la comunidad mediante programación que eduque, informe y entretenga. Ofrece programación de alto contenido cultural y educativo. Inició operaciones el 8 de febrero de 1980, como parte de la unidad del Centro para el Desarrollo y Mejoramiento de la Enseñanza (CEDME) del Recinto de Río Piedras de la Universidad de Puerto Rico.

CEDME nació de la inquietud del doctor Ismael Rodríguez Bou, Rector del Recinto de Río Piedras, durante su incumbencia en 1975. Su objetivo era crear un centro que utilizara la tecnología de las comunicaciones para apoyar los procesos de enseñanza aprendizaje en el currículo académico (...) no fue hasta septiembre de 1976 que se consideró la conveniencia y viabilidad de crear el CEDME mediante la asignación del presupuesto del Fondo de Mejoramiento de la Enseñanza (Rivera Soto, 2007, p.108).

El año 2000, Radio Universidad de Puerto Rico pasó a formar parte de la Escuela de Comunicación del Recinto de Río Piedras y ese mismo año comenzó a llegar a todo el mundo a través de su portal de Internet www.radiouniversidad.pr. En 2020 contaba con un total de 168 horas de programación nacional e internacional las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Mucha de su programación musical, de interés comunitario y de servicio público se logra a través de intercambios con otras estaciones públicas de fuera de Puerto Rico. La oferta de programación es en español, inglés y francés, lo que fortalece un perfil de audiencia diverso.

Los espacios musicales comprenden un 75% de la programación semanal, que incluye ritmos típicos puertorriqueños, de los países árabes, la música africana, la brasileña, el jazz, la música clásica, el tango, el bolero, la nueva trova, el hip-hop y el rock. Los programas son producidos y conducidos por expertos en sus respectivas áreas, quienes combinan su habilidosa selección musical con comentarios precisos. La programación noticiosa e informativa trata contenidos de política y agenda universitaria, y temas de la sociedad puertorriqueña. Radio Universidad de Puerto Rico presenta diversos programas informativos que abarcan discusiones y análisis sobre temas locales e internacionales, dirigidos por profesionales del mundo académico, cultural y social. Su propuesta noticiosa reivindica la objetividad y el balance en el desarrollo de los diálogos informativos. El siguiente cuadro detalla la programación de Radio Universidad de Puerto Rico de acuerdo con cuatro categorías de programas: informativos, música popular, música internacional, y música clásica.

Tabla 1

Programas de Radio Universidad de Puerto Rico agrupados en categorías.

Informativos	Música Popular	Música Internacional	Música Clásica
1, 2, 3 Probando	Alborada		Mayormente a
A la poesía	Ambos a dos	Marhaban	Capella
Ani-manía	Beat Street Radio	Mundofonías Música	Chicago Symphony
Apúntalo	Bonjour África	cinematográfica	Orquestra Classical
Arquitectura hoy	Brasil en música	Música franca	Guitar Alive!
Desde la Torre	Cantar América	Música Mundi	Concierto
Ecotono	Cool Jazz	Putumayo World	Collector's Corner
Educación al aire	Countdown	Music Hour Que la	Fiesta!
Foro colegial	Derecho a la música	música te acompañe	Millenium of Music
Hablando Derecho	El tango... ayer, hoy	Rumba africana	New York
Hasta las piedras	y siempre	Salsoteca	Philharmonic
hablan Hilando fino	Héroes del Rock 'n'	Sarabanda	Orchestra
Hoy en las noticias	Roll	Son de Cuba	Performance Today
La vía pública	Jazz AM y Jazz	Son del Caribe	Pittsburgh
Los 5 sentidos	Nocturno	Soul Clave	Symphony Orchestra
Negras	Jazz en seis cuerdas	Te doy una canción	The Romantic Hours
Notas desconocidas	Jazz In The New	The Soul of Jazz	
	Millenium		

Radio Francia Internacional Voz y cultura	Latinorama Mi último bolero
---	--------------------------------

Fuente: Elaboración propia

La tabla 1 muestra la diversidad que caracteriza a Radio Universidad de Puerto Rico y que la hace única, algo que Sabés Turmo (2005b) había recogido en su estudio cuando señala que: Cadena Radio Universidad de Puerto Rico es un claro ejemplo de radio alternativa (...) entendida como una propuesta diferente, eso sí minoritaria, ante una estructura radiofónica peculiar como la que se vive en la isla caribeña, y esta situación es la que le hace ser necesaria (Sabés Turmo, 2005b, p.2).

Capítulo 2

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVO

Este trabajo presenta las prácticas de programación de RUPR a través de sus tres directivos históricos. Muestra cómo construyeron una tradición radiofónica y diseñaron los contenidos de la programación. El trabajo es un primer paso para comenzar a evaluar la programación de RUPR, como proyecto comunicativo que contribuye a la sociedad. Son un foro en el que se materializa el espacio público, educativo y se aporta a la opinión pública. La calidad de los contenidos de una radio pública incide ciertamente en mayores niveles de formación educativa, con aportaciones a la cultura general del país. Tomando las estadísticas ofrecidas por Sabés Turmo (2005b), en Puerto Rico, el 97% de las frecuencias se encuentran en manos privadas, por lo que la labor de las radios públicas, como es el caso de RUPR, se vuelve aún más importante, en el sentido de ofrecer contenidos diferentes, evitando así que se limite la información pública.

El trabajo tuvo como un primer objetivo recuperar a través de la entrevista a profundidad la historia de las dinámicas y tomas de decisiones por parte de tres directivos de programación de Radio Universidad de Puerto Rico: Julio Torresoto, Rosa Alers Ramos y Carlos Camuñas Castro. El análisis de las entrevistas estuvo guiado por dos objetivos secundarios que corresponden a las siguientes interrogantes:

- (1) ¿Atiende la programación de Radio Universidad de Puerto Rico el modelo público de la programación radial elaborado por Izquierdo Castillo (2016)?
- (2) ¿En qué manera los directivos de programación definieron sus funciones y obligaciones, acorde con el perfil del programador radial elaborado por Izquierdo Castillo (2016)?

A. Trasfondo histórico y marco conceptual

Comenzamos este apartado con un sucinto recorrido histórico de la radio en Puerto Rico seguido por una descripción de cómo surge la sistematización de la programación radial seguida por una exposición del modelo de radio pública en los Estados Unidos, modelo por el cual se rige RUPR. Luego ofrecemos unos marcos conceptuales que describen la programación radial y las funciones del programador, lo que permitió evaluar la selección de la programación llevada a cabo por Julio Torresoto, Rosa Alers Ramos y Carlos Camuñas Castro en Radio Universidad de Puerto Rico.

B. Aspectos históricos de la radio en Puerto Rico

Entrado el siglo XX, se renovaron las tecnologías para la comunicación que existían desde el siglo XIX: los ferrocarriles, el telégrafo, el teléfono y las redes eléctricas. Fue el 2 de diciembre del año 1922 que la WKAQ radio inició sus transmisiones radiofónicas en Puerto Rico, el primer antecedente del que se tiene registro. Junto con el cine y la televisión, la radio fue uno de los medios primordiales para que se desarrollara una cultura de masas en Puerto Rico hacia el siglo XX (Colón Zayas, 2020).

Las décadas de 1920 y 1930 constituyeron un período de consolidación, en el que la radio se fortaleció para experimentar su apogeo en los años 40:

El mapa de ampliación de cobertura de la industria radial durante los años treinta y cuarenta; época de diversos proyectos para el desarrollo económico de la isla, se completó en 1948. Si bien entre 1922 y 1942 sólo había cinco estaciones que cubrían a San Juan, Ponce y Mayagüez, entre 1943 y 1948 se establecieron 17 estaciones de radio, para un total de 22, con estaciones en Arecibo (WKBM, 1945 y WCMN, 1946), Caguas (WRIA, 1947) y Fajardo (WIBS, 1947).

(Colón Zayas, 2020, p.5).

Colón Zayas (2020) explica que las transmisiones de WKAQ radio de 1922, de la mano de Joaquín Agusty Ramírez, tuvieron sus inicios como parte de los proyectos de innovación telefónica en Puerto Rico. Así, la historia de la radio está íntimamente ligada a la historia del teléfono, aunque abriría nuevos caminos y un nuevo abanico de posibilidades. La International Telephone and Telegraph Corporation (ITT), fundada por Sosthenes y Hernan Behn en 1920, fue la encargada de la innovación que menciona Colón Zayas (2020). “Tras el éxito tecnológico de la primera transmisión, la ITT creó una subsidiaria para atender los asuntos de radiofonía, la Radio Corporation of Porto Rico y otra para atender la telefonía, la Porto Rico Telephone Company” (Colón Zayas, 2020, p.4).

C. Sistematización de la programación radial por la industria

Gross, Gross y Perebinosoff (2005) realizaron un seguimiento de la evolución de la programación en la radio comercial como disciplina institucionalizada y normalizada dentro de las estructuras de emisoras de radio y televisión en Estados Unidos. Comenzaron este recorrido a partir de la comprobación de que las primeras emisoras de radio no poseían departamentos de programación. Las estaciones confiaban en que la sola novedad del dispositivo electrónico sería suficiente para generar atracción y capturar la atención de los oyentes.

Las primeras emisoras de Estados Unidos se limitaban a una oferta muy limitada de contenidos, pasando música fonográfica y leyendo cartas de oyentes; lo que fue un primer paso para la interacción entre locutores y radioescuchas. Lo interesante que muestran los autores sobre esta primera época de la historia de la radio es que la programación no importaba tanto, ya que solo era la excusa para la venta de equipos de radio y grandes electrodomésticos. Hasta bien entrada la década de 1920, las principales estaciones de radio solían pertenecer a compañías manufactureras como Westinghouse y General Electric, que vendían sus equipos y programaban cualquier cosa, en la medida en que la radio se

consideraba secundaria para las empresas, ya que primaba la venta de equipos electrónicos. Durante esta época inicial, señalan los autores, no había un incentivo para que las emisoras mejoraran sus contenidos, ya que no veían la posibilidad de generar grandes ingresos, sólo anunciando sus marcas. En sus comienzos, la radio generaba ganancias a partir de cobrar a los oyentes por leer al aire sus cartas y mensajes hacia otros oyentes, una práctica que todavía subsiste pero que resultaría ridículo intentar monitorizar (Gross, Gross y Perebinosoff, 2005).

De acuerdo con Gross, Gross y Perebinosoff (2005), la producción radial mejoró cuando cada estación buscó diferenciarse una de la otra. Esto aumentó enormemente los gastos de las producciones e hizo necesario el ingreso de comerciales y campañas publicitarias para sostenerse. Este segundo momento es también el del surgimiento y florecimiento de una variedad de fórmulas de emisión radial: música en vivo, piezas de radioteatro con efectos sonoros, informativos con noticias actualizadas. Este nuevo tipo de programación fue mejorando la calidad de los contenidos ofrecidos (Gross, Gross y Perebinosoff, 2005).

La forma que encontró la radio comercial de amortizar sus costos de producción conduciría también a una configuración de la oferta que sería importante en la historia del medio. Para maximizar los recursos disponibles, las emisoras se agruparon en redes o cadenas. De esta forma, los contenidos y programas eran compartidos por varias emisoras que formaban parte de la misma cadena, y que decidían su horario y características de transmisión. En Estados Unidos, por ejemplo, programas producidos en Nueva York se retransmitían en señales y de la misma propiedad de Boston, Filadelfia, Washington y otras ciudades. Sin embargo, el verdadero despegue del área de contenidos y programación de las radios vino durante la llamada Edad de Oro de este medio, durante la década de 1940. Las agencias de publicidad que hasta entonces utilizaban la radio como el principal canal de llegada a los consumidores, empezaron a comprar bloques de aire, segmentos enteros, y comenzaron a producir sus propios contenidos (Gross, Gross y Perebinosoff, 2005).

D. Diferencias entre radio comercial y pública: Estados Unidos y Puerto Rico

Barrón (2010) señaló que legalmente, la radio se divide en concesionadas y permisionadas, las primeras son las que pueden vender sus espacios al aire a través de spots publicitarios de 20 a 30 segundos, o bien, bloques mayores que conforman programas. Por su parte, las permisionadas o públicas mantienen un carácter social, no sólo en su contenido, sino en el recurso para su subsistencia (lo que operativamente les pone en desventaja), a pesar de ello, la originalidad de sus contenidos les distingue.

Así, establecer las diferencias entre la radio comercial y la radio pública cobra relevancia al momento de evaluar su programación puesto que sus fines son diferentes, lo que, en efecto, incide en la planificación de los contenidos. La radio comercial en Estados Unidos se asocia más a los comienzos de la radio, a los antecedentes históricos descritos con anterioridad, mientras que la radio pública en Estados Unidos es más reciente y responde a una lógica completamente diferente.

Martell Gámez (1997) argumentó que la radio pública es “un catalizador de la sociedad democrática” (p.157), a la que le ha dado un impulso, siendo que constituye un medio de comunicación en el que la libertad de expresión difícilmente es restringida. Al mismo tiempo, Barrón (2010) explica que no existe un único formato de radio pública, sino que la misma puede ser estatal, comunitaria, indigenista, universitaria, cada tipo con sus propios objetivos y formatos.

Sabés Turmo (2005b), indicó que las radios necesitan financiamiento para subsistir y limita la tipología de radio pública en Estados Unidos a dos posibilidades: aquella que está financiada por el Estado y aquella que está financiada por la Universidad. Es decir, reconoce dentro de las radios públicas a la radio estatal y a la radio universitaria. Sabés Turmo (2005b) explicó en el II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria que “la situación

política de Puerto Rico como Estado Libre Asociado conlleva que adopte en parte el modelo de radio de los Estados Unidos” (p.2).

El sistema radiodifusor en Puerto Rico recoge fundamentalmente la estructura mediática que podemos hallar en Estados Unidos, con la presencia prácticamente en exclusiva de medios comerciales y con una radio pública, esencialmente la dependiente del Gobierno, que busca un hueco sin conseguirlo, al menos hasta el momento, debido en parte a la nula tradición de servicio público de la radio en el país (Sabés Turmo, 2005a, p.345).

Sabés Turmo (2005a) desarrolló un estudio sobre la radio en Puerto Rico, con el objetivo de analizar la estructura de su sistema radiodifusor, a través de una revisión de la literatura y de un análisis de las páginas web de las distintas empresas radiofónicas. En sus conclusiones, halló que la radio en Puerto Rico:

Es un modelo de radio comercial con un reducto para la radio alternativa que se centra en la radio pública, pero que tiene una repercusión más bien escasa entre la audiencia, una alternativa entendida como una radio cultural, fundamentalmente en la oferta de Radio Universidad (p.345).

El investigador destacó que el espacio para la radio pública es reducido, con una supremacía notoria de la radio comercial, y que, dentro de lo que se considera radio pública, se observa un crecimiento sostenido de las radios religiosas, que Sabés Turmo (2005a) considera “en parte un elemento mercantilista, aunque en este caso con las ideas y creencias de su público, porque se financian fundamentalmente a través de las aportaciones de los fieles” (p.345).

Martell Gámez (1997) llevó adelante un estudio acerca de la implantación de la radio pública en México desde el año 1995. Mediante una investigación teórica y de campo del modelo de radio pública de los Estados Unidos y de países en los que se da ese modelo, como

la BBC en Londres y la CBC en Canadá, estudió en profundidad las características del modelo que podrían implantarse en México a futuro.

La investigación de campo recurrió a entrevistas en profundidad, dada la escasa información sistematizada sobre este modelo en México.

En sus conclusiones, Martell Gámez (1997) explica que, aunque en los Estados Unidos se viva una realidad muy diferente a la mexicana, por lo que México deberá requerir una adaptación del modelo, existen algunos puntos clave a considerar para aprender de ese modelo: “la experiencia del voluntariado; la organización y funcionamiento de la pluralidad de los Consejos directivos; el patrocinio corporativo y de los radioescuchas; la labor de los productores independientes; la legislación; la creación de empresas lucrativas para financiar a la radio; entre otras cosas...” (p.170).

E. La programación y el programador radial: conceptos teóricos

Izquierdo Castillo (2016) explica que “la programación puede ser entendida como un discurso comunicativo, pero también como un producto, un proceso de ordenación programada, el resultado de un proceso contractual o la unidad discursiva de cada emisora” (p.8). Esto es, que la programación puede ser tanto un mensaje que se quiere transmitir como un producto que se desea insertar en el mercado, un contrato entre la emisora y su audiencia, o bien, un proceso para ordenar los contenidos radiales. En este sentido, la programación es compleja, puesto que precisa del entendimiento de los fines por los que se programa. En el caso de la radio pública, estos fines pueden entenderse desde el beneficio social que deviene de la programación radial. Al describir las características básicas del modelo de radio pública, Izquierdo Castillo enumeró la siguiente tipología:

- Predominio de la planificación cultural en el diseño de las parrillas.
- Establecimiento de una dieta equilibrada entre los diferentes géneros y contenidos.
- Búsqueda de técnicas de programación basadas en la rentabilidad social del medio.

- Consideración de las minorías como público. (p.17).

Por su parte, Contreras y Palacio (2001, citado en Izquierdo Castillo, 2016) enumeraron las funciones y obligaciones del programador con las siguientes tareas para llevar a cabo:

1. Definir los marcos que establezca una audiencia en un medio determinado para un mercado dado (fijar el objetivo al que hay que dirigirse).
2. Evaluar el potencial comercial de los programas y servicios disponibles en cada momento.
3. Saber dónde encontrar los programas necesarios para conformar la planificación diseñada. Esto puede hacerse, fundamentalmente, mediante dos vías:
 - a. Ordenando la realización de producciones propias.
 - b. Negociando la adquisición de producciones ajenas.
4. Hacer la rejilla, seleccionando el horario y orden más conveniente de la emisión de programas. Aquí es fundamental el conocimiento de la competencia y la definición de imagen y discurso propio.
5. Participar en la autopromoción.
6. Controlar la continuidad.
7. Evaluar los resultados de audiencia conseguidos.
8. Cumplir con la normativa legal. (p.12)

Capítulo 3

III. METODOLOGÍA

Para lograr los objetivos que nos propusimos al comenzar esta investigación, recorrimos cuatro instancias. Primeramente, se resumieron aquellos aspectos importantes para entender lo que es la radio pública en Puerto Rico, específicamente su visión en Radio Universidad de Puerto Rico. Luego se resumieron aquellos conceptos claves para entender lo que es el programador en la radio y lo que es la programación de la radio pública, a la vez se identificó el modelo de entrevista en profundidad para llevar a cabo el diálogo con las fuentes primarias, Julio Torresoto, Rosa Alers Ramos y Carlos Camuñas Castro. Se prepararon dos planillas, una para evaluar las entrevistas y la otra para evaluar la programación de Cadena Radio Universidad de Puerto Rico. Ambas planillas fueron preparadas utilizando las tipologías citadas por Izquierdo Castillo (2016). Una vez evaluada la programación y llevadas a cabo las entrevistas y evaluadas se procedió a valorar los hallazgos a manera de conclusión.

A. Entrevista en profundidad para recuperar la historia

El objetivo principal que guía esta investigación, recuperar la trayectoria histórica de la programación de Radio Universidad de Puerto Rico, fue logrado mediante la técnica de entrevista a profundidad. Paul Thompson (1978) explica que la historia oral es un concepto novedoso, pero a la vez tan antiguo como la historia misma, ya que se trata del primer tipo de historia que se conoció, el de la tradición oral (Thompson, 1978, citado en Lamadrid, 1995). Sin embargo, Thompson (1978) apunta a que el método de la historia oral es muy utilizado por académicos, especialmente por sociólogos y antropólogos, así como por periodistas, quienes no necesariamente se consideran a sí mismos historiadores. El denominador común del uso que los periodistas hacen de este método, su principal instrumento de trabajo es la entrevista en profundidad. Este recurso requiere gran habilidad y puede presentar una sorprendente diversidad de estilos, que van desde el más amistoso, informal y conversacional, hasta el más formal y controlado.

De esta forma, el método que nos ocupa conlleva los siguientes pasos:

- Redactar bosquejos individuales de posibles preguntas para los entrevistados;
- Entrevistas en profundidad con cada uno de los casos seleccionados;
- Corroboración de los testimonios de los entrevistados, mediante el análisis intertextual, que no es otra cosa que la comparación de los testimonios entre sí y su confrontación con los textos escritos previamente obtenidos;
- Entrevistar nuevamente a alguno de los entrevistados de ser necesario, para corroborar ciertas informaciones;
- Redacción del material investigado.

Para llevar adelante esta sección de la investigación, a cada entrevistado se le formularon preguntas individuales, conforme a la competencia ya que no se podía depender de un formulario estándar, pues se trata de apreciar e historiar el desempeño profesional y la aportación desde las múltiples perspectivas.

Una característica importante de esta metodología es interrogar a los entrevistados con preguntas abiertas (entiéndase, que no se contestan con un “sí” o un “no”, que requieren unas respuestas más abarcadoras, fruto de unas experiencias personales e individuales). Se trató al máximo de que tales preguntas no estuvieran cargadas de una intención que pudiera propiciar determinada contestación de parte del entrevistado, sino que, por el contrario, éste se sintiera en la libertad de responder las preguntas a su mejor entendimiento y sin sentirse coaccionado a respaldar determinada línea de pensamiento. Se procuró, además, no interrumpir innecesariamente al entrevistado mientras respondía las preguntas, para permitirle consumir totalmente los datos o memorias que deseaba compartir.

B. Planillas para evaluar la programación y las entrevistas

Luego de las entrevistas, se utilizó una tabla para resumir los contenidos principales, mediante categorías elaboradas a partir de los puntos en común que se detectaron, a saber:

- Modelo para la programación
- Características del modelo
- Características de la programación
- Audiencia de RUPR
- Programas que siguen el modelo
- Misión de RUPR
- Renovación de la programación
- Asesoramiento externo del coordinador de programación
- Falencias de RUPR

Teniendo un primer panorama general de los datos más relevantes de las entrevistas, los objetivos secundarios de la investigación se alcanzaron utilizando dos planillas que sirvieron para establecer la presencia o ausencia de la tipología elaborada por Izquierdo Castillo (2016) para definir la programación de la radio pública y para establecer las funciones del programador. A continuación, se presentan las dos planillas.

Tabla 2

Planilla para la evaluación de Radio Universidad de Puerto Rico acorde con las características básicas del modelo de radio pública de Izquierdo Castillo (2016)

Características	Nombre de programas	Total programación
Predominio de la planificación cultural en el diseño de las parrillas.		
Establecimiento de una dieta equilibrada entre los diferentes géneros y contenidos.		
Búsqueda de técnicas de programación basadas en la rentabilidad social del medio.		
Consideración de las minorías como público.		

Fuente: Izquierdo Castillo (2016).

Se utilizó una planilla por cada directivo entrevistado.

Tabla 3

Planilla para evaluar las entrevistas para observar si la manera en que los directivos de programación definen sus funciones y obligaciones es acorde con el perfil del programador radial elaborado por Izquierdo Castillo (2016).

Funciones y obligaciones del programador	Ejemplos de la entrevista
Definir los marcos que establezca una audiencia en un medio determinado para un mercado dado (fijar el <i>target</i> al que hay que dirigirse).	
Evaluar el potencial comercial de los programas y servicios disponibles en cada momento.	
Saber dónde encontrar los programas necesarios para conformar la planificación diseñada: <ul style="list-style-type: none"> • Ordenando la realización de producciones propias. • Negociando la adquisición de producciones ajenas. 	
Hacer la rejilla, seleccionando el horario y orden más conveniente de la emisión de programas, mostrando conocimiento de la competencia y la definición de imagen y discurso propio.	
Participar en la autopromoción.	
Controlar la continuidad.	
Evaluar los resultados de audiencia conseguidos.	
Cumplir con la normativa legal.	

Fuente: Izquierdo Castillo (2016).

Luego de llevar a cabo las entrevistas y los análisis en las planillas correspondientes procedimos a responder las interrogantes que guiaron la investigación. Así también, luego de realizadas las entrevistas, se resumieron en una tabla utilizando las categorías de modelo para la programación y funciones y obligaciones del programador.

Capítulo 4

IV. HALLAZGOS Y ANÁLISIS

Comenzamos esta sección con la transcripción de las entrevistas en profundidad a Julio Torresotoⁱ, a Rosa Alers Ramosⁱⁱ y a Carlos Camuñasⁱⁱⁱ. Luego de las transcripciones, procedemos a presentar las planillas con los hallazgos correspondientes. Finalmente, se responden los interrogantes que guían esta investigación.

A. Entrevistas en profundidad

i. Entrevista a Julio Torresoto

Julio, ¿cómo fueron tus comienzos en los medios de comunicación?

Bueno, la base mía es en teatro, como todos nosotros... Estaba la radio cuando yo empezaba, y teatro... Se hacía poco cine porque estaba la división de la comunidad. Yo llegué a hacer uno o dos trabajos con ellos. Y teatro... yo estuve en el teatro de la Universidad de Puerto Rico. Tuve suerte en el sentido de que mi interés era irme a lo profesional pronto. Confieso que no terminé. Pero ¿qué pasa?, que enseguida tuve ofertas para el teatro profesional, que se hacía como copero.

Fíjate lo que hace la prensa: salió una nota en un periódico, de que estaban buscando actores para una pieza, una obra, de René Marqués. Y fui a la lectura y conseguí un personaje que era de un alcalde, una obra en inglés. Mi primera aparición en el teatro profesional de Puerto Rico fue en inglés. Descubrí que ahora la van a publicar, porque no se había publicado. Se llama "Pam Some Day", Domingo de Ramos, y era una obra para una tesis de maestría en Estados Unidos, dándole refuerzo a la universidad de René Marqués. Y se hizo en inglés. Es basada en el hecho histórico de la masacre de Ponce. Hice de un alcalde. Me gustó la experiencia. Imagínate descubrir bien joven, trabajar en algo que te gusta, y te pagan. Yo, como muchos de nosotros, gente muy pobre, luchando y tratando de ganar un dinero y vivir... Y muy joven. Y llamé a Pablo Cabrera, sin saber quién era, a la división de la

comunidad. Y quizás por la voz, no sé, me llamó para una prueba, y conseguí un personaje para una película.

Había un director en Puerto Rico, dominicano, que había trabajado en Hollywood, luchador... Había hecho una película llamada “Tres vidas en el Recuerdo”. Y conseguí un personaje porque siempre he sido entusiasta. He puesto bastante esfuerzo y empeño en las cosas que me han llamado la atención. No existía la televisión cuando empecé haciendo teatro.

En la Universidad de Puerto Rico, llegué a trabajar con Miriam Colón. Hicimos “La Dama Duende”. Y eran en los tiempos de Ludwig Schajowicz, Leopoldo Poldín Santiago Lavandero... Había salido del teatro y estaba un nuevo director del departamento de drama, que era Schajowicz. Como para el año 1952, más o menos.

Tomé un curso de locución con un locutor muy bueno de Mayagüez que era productor, Héctor Almodóvar. Tenía un curso de locución independiente. Recuerda que, para esa época, no había escuela de comunicaciones. Un ejemplo, nuestros arquitectos iban a estudiar los que tenían becas o recursos económicos, a México, España, a Estados Unidos. No había escuela de arquitectura propiamente. No había escuela de comunicaciones y así era la radio, formada por autodidactas, digamos... Esos autodidactas eran bien cultos, bien estudiosos, lectores voraces y con muchas destrezas.

Cuando salí del ambiente universitario, encontré otros universitarios, otros académicos que no tenían títulos, pero mucho conocimiento, mucha curiosidad y bien estudiosos. Así empezó la radio.

Estando ya en radio, tomé un curso de locución con Héctor Almodóvar, que producía un programa de radio y luego entró a la televisión. Se llamó “Radio Revista Sabatina”, era de Mayagüez y me entusiasmó. Tomé bastante interés y Almodóvar me dio una oportunidad, ya que faltó un locutor que leía los comerciales.

Era un animador, un maestro de ceremonias en un radio teatro. Iba el público a ver los programas de radio, que no era teatro propiamente, pero las emisoras tenían como un teatro, y ahí hacia los programas de radio. Algunos con público o con tríos o un llamado “bloque”, en Radio El Mundo, del mediodía, y se llenaba de público. Era un teatro. Fíjate que lo que era Bellas Artes de Santurce.

Un día llegué temprano, se fueron las luces y mirando bien me digo: “pero si estas paredes yo las conozco” ... Y era el radio teatro de WKAQ Radio El Mundo, que al dueño le gustaba la caoba y forraba las paredes de caoba. En fin, cuando iba a hacer prueba, casting, audiciones, como le llaman ahora, tenía suerte que conseguía personajes, y fui a una prueba de locución, y para los locutores había un espacio. Había un locutor muy bueno, de nombre Juan Libre, muy destacado, y él dejaba su posición en Radio El Mundo. Y yo hice una prueba y conseguí un trabajo de tiempo parcial. En aquella época no había lo que ahora, las cuarenta horas, así que comencé a trabajar en Radio El Mundo con 17 años.

Volviendo a lo de Héctor Almodóvar, que faltó su locutor comercial principal, y me dio la oportunidad de leer los comerciales, había guitarristas para acompañarlos como una orquesta de guitarras, para acompañar a los cantantes. Y Tomás Rosario me entusiasmó, me dijo: “muchacho, tienes mucho futuro, joven siga en esta carrera que le va a ir bien”.

La gente te ayuda estimulándote. Yo he tratado de ayudar a tanta gente... Una, que me sale del corazón, que lo siento, la otra es que cumplo con los que me han ayudado a mí. Yo llegué a dar cursos independientes de locución, no a través de ningún colegio ni universidad, sino cursos privados. Por ejemplo, como estudiaban las que llamamos “beautician”, las embellecedoras en Puerto Rico, alguien que tenía esa experiencia y ponía unos cursos... y la diseñadora de vestuario de ropa, que estudiaba. Era como una tradición.

La persona es como parte del folklore, digamos. Así fue la radio. Inclusive, así fue la televisión cuando empezó: gente entusiasta. Pero yo tenía, sin saberlo, una visión de no

perder el paso de un medio hacia el otro. O sea, te explico: si yo hacía radio, yo trataba de hacer, de vez en cuando, una obra de teatro. Sacar tiempo para una obra de teatro y, si era posible, hacer algo de cine. Y sí, es posible. Cuando empezó la televisión, empecé a hacer televisión como actor. Y como locutor, también. Yo combinaba ambas profesiones, porque quien tiene la habilidad de trabajar como actor y también como locutor, su bolsillo está más sano, más saludable, que el que trabaja solamente como actor.

Sí, es verdad porque tienes otros ingresos.

Exacto.

Se grababan cuñas de radio. Bastantes, pero cuando me llamaban mucho uno de los medios, yo decía: “Me hace falta hacer algo en otro medio... ¡Caramba! Hace tiempo no hago algo de cine...”, si dice algo por ahí, algún productor, para hacer algo de cine, y así.

Y entonces, claro, con el tiempo trabajé en una agencia de publicidad. Se llamaba Publicidad Badillo, para la época. Llegué a ser “Copy Writer”, le llaman, a escribir comerciales. Me entusiasmé por hacer libretos. A veces escribía unitarios, que le llama y usaba un seudónimo. A veces trabajaba usando un seudónimo en alguna otra emisora, porque había celos. No te pagaban exclusividad, pero te pedían exclusividad. Había celos de una emisora con la otra, no, competencia. Y llegué a hacer de un payaso simpático, pero lo convertí en personaje. Había una gasolinera, cuando empezaba en Puerto Rico. Creo un personaje llamado Pepe Chevron. Entonces, lo inventé. El de la agencia de publicidad me trajo una nariz así, con una gomita y unas orejas. Pero había un actor, comediante, cantante, guitarrista, Titín Álvarez, que también empezó conmigo el personaje ese de Pepe Chevron, y yo digo: “Pero vamos a maquillarlo parecido” y buscamos, caricaturas del personaje y lo hicimos muy parecido al personaje. Maquillado de un maquillaje rosa en la cara, unas orejas enormes, en la nariz en lugar de una gomita usamos “Pirisgon” pegado. Interesante y mi truco era... tenía energías para esa época grande. No. Era una presentación larga, de diez horas, te

digo, y al sol en las gasolineras. Y se regalaban caramelos y cositas para atraer al público con un loco comercial, invitando al público a ir a participar inaugurando las gasolineras en todo Puerto Rico. Me pagaban bien y, curiosamente, el de la agencia me llamó como locutor a invitar al público a ver al personaje, que estaba, como dicen, guisando por todos lados. Sí, el actor y el locutor en Puerto Rico, el que trabaja en los medios es muy valiente, muy valiente, y pues los dos somos todos trabajadores temporeros.

Fíjate, ¿una novela dura cuánto? Tres meses o... Una obra de teatro en Puerto Rico la ensayamos quizá un mes y luego son dos fines de semana y quizá alguna viaja por el resto del país, de la isla, y algunas salen afuera (sic) a otras comunidades, Nueva York. Pero somos empleados temporeros. ¿Qué pasa? En el momento de necesitar los beneficios que otorga la ley como un trabajador, no hemos tenido empleos fijos en ningún lado.

No, no, la ley no nos protege. Eso me llama la atención, Julio, porque yo llevo 26 años trabajando en la estación, Radio Universidad sin contar los años anteriores, eso fue como para los años 1987, 1988, en emisoras comerciales y no había ningún sindicato, no hubo nada. Creo que en algún momento dado como que se hizo Los Pininos y se habló, pero no quedó en nada. Y entonces te lo digo porque pasa ahora mismo con personajes que salen en la televisión y, de la nada, que no estudiaron nada, tienen un programa en las mejores estaciones de radio, cobrando un mucho de dinero, haciendo hasta el ridículo muchas veces. Entonces yo que estudié, yo que tengo mis años de servicio y de experiencia... Pues ni te reconocen.

Y con un sueldito modesto. Ah, y ahí años pasan, hay que ser osado y atrevido, y eso pasa...

Por lo menos, en la estación. Es algo por lo menos ahora mismo, que es estable en el sentido de que tengo los beneficios, pero ahora mismo en otras estaciones de radio están por los ratings y si tú no haces los ratings en tres meses te sacan.

Sí. Exacto, exacto. Pues los administradores y de hecho ha cambiado tanto porque había mucho amor en una época.

Recuerda que, en el caso de la televisión, los dueños de las emisoras cuando empezaron eran Telemundo y WAPA, el dueño de Telemundo y Radio El Mundo era Ángel Ramos, que era un muchachito pobre, y llegó a ser capital y tener conocimiento como un empresario. Y el otro, el de WAPA Televisión, era los hermanos Quiñones. Que eran puertorriqueños. Ahí, Tommy Muñiz que tuvo un canal, de modo que la televisión, era más puertorriqueña. Ahora, con el asunto de la globalización, pues imagínate las novelas, ahora esas novelas dobladas que vienen de Turquía, ¿quién iba a imaginar?

Que están lejos, ¿verdad? Turquía, Brasil.

¿De Brasil? Exacto, exacto, Y eso así. Voy a poner un ejemplo interesante de lo que la academia, digamos y lo que son los medios de comunicación. Al tener esa oportunidad de estar como director de programación en radio universidad, por ejemplo. Y me encontré con algo interesante, la radio famosa educativa. Yo no la veo como educativa porque el educando es el educado, es informativa o uno le da la herramienta al público y es muy muy difícil porque digamos, si le dedicas a una parte de la sociedad, solamente, no da servicio a otra parte de la sociedad, ves, pero cuando empecé el asunto burocrático, vamos a llamarle el título, tanto para Camuñas, para Rosa Alers, como para mí era coordinador de programación.

Y todavía sigue siendo así.

Exacto, pero ¿qué pasa? Que mi plan era poner notitas en los periódicos de radio universidad y buscar la cooperación de algunos amigos de la prensa, vamos a llamarle prensa porque es lo gracioso. Prensa, prensa, bueno y de otros medios quizás hasta alguien que comentara en la televisión, que oyó un programa de radio universidad. Empecé a hacer ruido para Radio Universidad, pero yo no puedo presentarme en los medios como coordinador de programación, yo tengo que darle un título, y también quien dirigía la emisora era

coordinador. No sé, porque esa son las razones burocráticas a lo mejor no para no pagar mucho. Los administradores y quieren economizar dinero y para no darle alas a nadie, que no tomen mucha importancia, y yo no buscaba importancia porque ya yo tenía cierto nombre en otros medios y esto venía de Estados Unidos, donde habíamos ganado un premio, yo producía junto a la inolvidable Sonia Vivas un programa que lo comenzó, lo fundó Miguel Ángel Suárez en Radio WFCR Radio Universidad de Massachusetts, Amherst, era una radio universitaria. Entonces hice ese programa. Ganó un premio nacional. Con PBS. Entonces fue una cosa tan grande para el gobernador de Massachusetts, escribiendo y felicitando a la emisora una cosa tan importante y porque compitió contra 500 programas y ganó, y fuimos a Washington en una cosa increíble y yo no podía ni creerlo, limosina desde el aeropuerto y una fotografía gigantesca, y eso me dio un nombre nacional al programa y a la emisora. Luego copia porque, no se usaba el satélite tanto se mandaban copias en cinta a diferentes áreas y una vez en el oeste, Seattle, el estado de Washington y allí me entrevistaron y la entrevista me la hizo alguien que sabía del trabajo y del premio y de todo eso. Entonces, un medio ayuda al otro, y tú haces cine y alguien te ve en cine y oye tu voz en radio, y dice, oh, Pero ahora son más especialistas de una época. Por ejemplo, Orson Welles hizo radio, hizo teatro, hizo cine. Juano Hernández mi querido mentor de Puerto Rico hizo radio, hizo teatro, hizo cine, trabajó en un circo, fue boxeador. ríe, Somos gente farandulera que es una palabra que la considera insultante. Somos los cómicos como dicen en España que los actores dramáticos, ya no los están usando, le molestaban mucho en España, que eran los cómicos. Decían las actrices; “no, soy yo, actriz dramática, y no soy del grupo de los cómicos”. Otro actor le decía; “Si, pertenece usted al grupo de los cómicos”. La lucha es muy grande, (ríe).

Bueno, te digo, yo no acepté para el público, para la publicidad, para Radio Universidad, yo no podía presentarme como coordinador de programación, ni coordinador de música y el coordinador es bueno, pero es para no pagar un buen sueldo por, ejemplo, pero es malo para

la publicidad. Y otra cosa, había cierta timidez en las emisoras educativas, vamos a llamarle como se llama las emisoras de Servicio público, cierta timidez, con proyectarse en los medios comerciales, en los medios de publicidad, en los medios, hacer ruido. Pero por otra parte era importante porque tiene que atraer público.

Es muy interesante lo que me estás diciendo. ¿Para qué año y tiempo fue que Sonia y tú, estuvieron en Amherst? ¿Cuándo comienzas en radio universidad?, tengo entendido que fue Rafael Gracia Machuca, quien te hablo y ofreció la coordinación de programación.

Julio, imagínate tú, han pasado tantos años y coincido contigo. Radio Universidad tiene limitaciones con relación a recaudo de fondos entre otras cosas, pero hay muchas maneras en las que se puede hacer. Lamentablemente el departamento de desarrollo hay que reforzarlo y yo siempre, desde que llegué a trabajar ahí, imagínate yo que llegaba, con mentalidad comercial, porque vengo de trabajar en una emisora comercial, y está así, por la situación, claro, cada año va empeorando por la situación fiscal en el país y los recortes a la universidad, siendo el primer centro docente del país. En mi época trabajando en la emisora en la que comencé yo tuve que vender anuncios. Inclusive, había productores independientes que vendían anuncios para poder hacer sus programas pagaban su espacio al aire. A veces estaban un año, a veces estaban tres meses dependiendo de lo que cada uno pudiera vender en el pueblo, a veces podían vender uno que otro anuncio.

Pero yo siempre, siempre se lo dije a Luis Luna cuando dirigía el Departamento de Desarrollo. No nos cuesta nada porque tuvimos un intercambio con el Nuevo Día donde a las 6:00 de la tarde se hacía un boletín de lo que iba a salir en el periódico al otro día. Y yo siempre les dije que por qué diariamente en el periódico no podíamos tener en alguna página que no fuera tal vez ni grande, pero que dijera toda la programación diaria. Un ejemplo los lunes, pues todo lo que iba a pasar en diferentes horarios de la estación y martes, pues la

programación del martes. Pero, yo no sé qué tan difícil puede ser hacer eso, porque si, logramos tener un intercambio con el periódico El Nuevo Día por mucho tiempo. Luego se eliminó. No sé qué fue lo que pasó, porque ese es el problema, tampoco les dan seguimiento a las cosas.

Porque hay una timidez... Aitxa.

Y tenemos, también, unos coordinadores, un director de la estación que no se involucran. Y es lamentable, porque ahora mismo llevamos tantos años, 42 años. La gente sabe que es radio Universidad, pero como tú dices Julio, tenemos que hacer más ruido.

Sí.

Mucho más ruido y somos una emisora que tenemos un gran potencial. Ahí de verdad, cosas que siempre, por supuesto, hay que ir a la verdad, trabajando Julio. Pero... yo pienso que se puede hacer más y a veces me siento como que tengo las manos atadas, que a veces doy sugerencias, pero a veces las aceptan, a veces no. A veces se roban las ideas.

Y uno pierde la fe. Mientras estemos tímidos o pensando que hay que ir al gran público, es denigrante, o nos quitan, ir a menos es falso.

Y, de hecho, ¡caramba! Si tú le pides dinero público, recuerda que eso ha ido cambiando. Hubo una época, que la Comisión Federal de Comunicaciones, (FCC), sus siglas en inglés, no permitía a las emisoras de servicio público hacer comerciales. Luego eso cambió. la Comisión Federal de Comunicaciones. No son reglas tan severas. No son leyes, es un código de conducta para vigilar más las estaciones. Ya ha ido cambiando y ya se les permite a las emisoras de servicio público, hacer como un comercial. Cuando me tocaba redactar yo no lo hacía tan directo y yo no decía: “compre”; decía: “adquiera”, ni reciba, ni cuesta, Cincuenta y cinco centavos. Y, “le damos tres por un dólar”. Hay formas de llevarlo con elegancia, pero

hay una timidez... Hablando contigo, pienso tantas experiencias. Yo era vecino, de la casa de Abelardo Díaz Alfaro, Abelardo me contaba, hablábamos mucho, yo leí “Los perros”, es gran cuento en manuscrito y le digo a Abelardo, esto es tan grande e importante como “El Josco”. Me dice; ¿Tú crees? Y le digo, ya verás, y efectivamente, pero Abelardo me contaba algo interesante. Se encontró un escritor amigo y le dice; Abelardo: Hace tiempo no te veo. el escritor le contesta; es que yo me encierro para escribir y Abelardo le dijo; Yo hago lo contrario, yo salgo para escribir (ríe).

Hay que tener el pulso en el pueblo al que tú le estas sirviendo. ¿A qué altura está sirviendo y a quien tú quieres agradar y atraer?

Pero me preguntabas algo de la fecha. Yo llegué primero a Massachusetts tres meses antes y luego Miguel Ángel Suárez fundó un programa llamado “Qué tal Amigos”, porque era destinado a servirles a los trabajadores agrícolas, de modo que era una programación, era un programa particularmente para gente del campo de Puerto Rico y se entrevistaba en la finca. Se hacía un programa, lo hacía muy bien.

Miguel Ángel, era un hombre de radio también, e imagínate, hacía el Boy, de Tarzán. Cuando tenía 10 años empezó, muchachito, y también Miguel Ángel Suárez, que hizo radio, teatro, cine e hizo televisión.

Entonces él me citó porque había una posición para un colega, un asistente u otra voz. Querían otra voz y había dinero para eso. Y yo salía de Telemundo, trabajaba en Telemundo y de ahí me iba a radio, pero era una noticia por la mañana. Y yo confieso, no soy bueno para levantarme tan temprano en la mañana. No me gusta tanto trabajar temprano y eran noticias a veces por la mañana, y no estaba a gusto. Miguel Ángel estaba buscando a alguien en Puerto Rico para que se uniera a él y me fui con un contrato de tres meses. Pero cuando Miguel Ángel quiso regresar a Puerto Rico y yo llevé a Sonia, el público que escuchaba, los trabajadores agrícolas que regresaban a Puerto Rico... Ese público ya no estaba ahí, pero

descubrí que había estudiantes de español. Había profesores de español, había gente viviendo de diferentes países de Latinoamérica y le fue dando un giro adaptado a ese público.

Yo decía que el programa era como el clima de Massachusetts: tiene invierno, tiene primavera, tiene verano, tiene otoño. Y así, iba cambiando de color. Y, entonces, era como una revista, interesante, bien interesante realmente. Y fueron años muy bonitos y llegué en el año 1969 y en el año 1970. El programa ganó el premio, y eso dio solidez al programa, permanencia, importancia en la radio educativa, y era en español. Y las experiencias han sido maravillosas.

Te voy a contar un chiste gracioso. Como el público, que, está bien que lo perciba así, pero como el público entiende los medios, porque lo ideal es borrar como un pintor que borra las líneas de guía para su cuadro, ¿no? Bueno, yo recuerdo el programa, era como una revista. Y yo me salía a la calle, salía a los barrios, entrevistaba gente del pueblo con una grabadora. A veces llegaba, casi empezaba el programa porque era en vivo y de la misma grabadora lo ponía al aire, porque era como un remoto. Iba al aire, arriesgándome a que quedara con las fallas posibles de la grabación. Y teníamos música y hacíamos noticias locales, noticias internacionales, era una revista, pero bien trabajada.

Y yo recuerdo una persona, un muchacho me dijo: “bueno, fíjate, ¿tú tienes el programa a las siete de la noche y es una hora? ¿Pero que tú haces en el día?” Entonces yo digo: no, yo me levanto tarde, me voy a la piscina un rato, ¿eh? Tengo un buen almuerzo, luego duermo una siesta y luego me voy a la emisora. (Ríe). O sea, ¿qué tú haces en un programa que es una revista que tenía noticia? A veces hacíamos poemas en vivo, drama... Sonia era muy buena actriz. Ah, y cambiábamos las voces, se hacía más. Había un técnico que se entusiasmó. Los técnicos se entusiasmaban porque hacían los efectos de sonido y todos aplicaban los conocimientos que yo había adquirido haciendo radio novelas en radio El Mundo, de muchacho.

Mira, la gente joven que quiere entrar en los medios. El talento, el famoso talento natural, sí, yo creo en él, hay una disposición como natural para las cosas. Pero caramba, ¿eh? ¿Y tú no vas a trabajar y hacer algo para fortalecer ese talento hay que trabajar duro? Disciplina, dedicación, entusiasmo, Pasión por lo que uno está haciendo, ¿verdad? No me gustaba narrar en novelas para radio. Y recuerdo que Esther Parés me suplicaba yo necesito un narrador y tú Julio tienes el talento entre locutor y actor, ese se lo lleva el narrador. Rey Francisco Quiñones, fue maravilloso como narrador de radio novelas y había otros más, muy buenos también, ¿eh? Olivencia, ya fallecidos, colegas, muy buenos, buenas voces, la radio, Puerto Rico. Debe haber un archivo de voces en Puerto Rico lo tiene México para recurrir, como yo recuerdo esas voces, esas grandes locutoras, Tatín Ballesteros, Luz Odilia Font que falleció hace unas semanas actriz y locutora. Tantas buenas, y buenos y estoy tan agradecido de los colegas que ya estaba yo cuando yo entré en la radio y todavía estaban los que empezaron la radio era gente mayor que todavía estaban trabajando, no se habían retirado y eran grandes locutores y de ahí uno empieza... Yo recuerdo una vez que tenía que leer noticias a dos voces y yo estaba muy nervioso, muy jovencito nervioso porque tenía que leer las noticias con otro locutor de mucha experiencia de mucho nombre en radio y yo estaba nervioso y se lo comuniqué a otro locutor de experiencia le digo: “Estoy nervioso porque mira aquel lado con quien tengo que trabajar en vivo noticias”, y me dice: “Mejor muchacho está al lado de un fenómeno”. Pues Mejor....

¿Cómo fue que llegaste a Radio Universidad?

Por Rafael Gracia. Ya sabía de mi trabajo. Hay un cuento algo simpático Rafael Gracia, tenía grandes amigos en Boston y eran mutuos y Rafael Gracia llegó a Amherst con unos amigos de Boston. Linda Rosa había varios. Y entonces llegó a mi casa en “Amherst y Rafael Gracia en el grupo. Y yo tenía algo de experimento para la radio y algunos de esos amigos eran oyentes de la radio en Boston. Entonces, se los hice escuchar y Gracia dijo: “Esa voz yo

la conozco”. Que, es gracioso, y se acordó que me había oído haciendo radio en radio El Mundo. En el personaje, “Los tres Villalobos”. ¡Imagínate! Entonces... ¡Borincana! Y entonces reconoció mi voz, me pareció interesante. Entonces ya él sabía de lo del premio cuando se ganó el premio y todo. El invierno me iba a matar. Nos iba muy bien, muy bien, muy bien. Pero el invierno no lo soportaba, y me doy cuenta de que otra gente que nace y todo, gente que ha nacido ahí, y estaban deseando irse a vivir a Florida, Puerto Rico, salido del invierno, que son siete meses de frío, no es tan fácil y sobre todo la gente del trópico, al principio que bonita cae la nieve. ¡Qué bonita la nieve! A los dos años, está en tus huesos ese frío. Y el carro no te prende por la mañana. Bueno, vamos ni recordarlo.

Cuando yo llegué a Puerto Rico en el 1980, de regreso yo no quería ni abrir la nevera para ni ver el hielo. Llegué a Puerto Rico sin nada, ningún trabajo y bueno, eh. Me moví entre amigos, entre conocidos y empecé, eh. Como yo había ayudado a gente, la gente me ayudó a mí y empecé a hacer telenovelas y a la radio y Sonia también. Y así Rafael Gracia sabía de mi trabajo y del éxito, de “Qué tal amigos” y fijate qué interesante te voy a decir algo que quizá no lo he comunicado a nadie, Rafael Gracia, sabía que yo no me acostumbro a estar en un lugar fijo mucho tiempo. Y Rafael Gracia me dijo muy humilde, muy comprensivo, Julio dedícame al menos dos años aquí, (Radio Universidad). Al menos dos años. Necesito de tu experiencia, la necesito, yo, le dedique casi 2 años, casi cumpla 2 años. Hubo un momento en que hablando de lo administrativo yo no sé si ha cambiado, pero uno no tiene un trabajo fijo en Radio Universidad, yo no tenía permanencia, luego el rector firmaba un contrato anual del cual tú sigues trabajando con el contrato vencido. Y a los meses el rector lo firmaba. Yo nunca renuncié a Radio Universidad, María que era bien colaboradora hacia las gestiones para que el pago saliera a tiempo. Le pregunté a María González Gelabert, que cuándo vencía mi contrato. Me dio la información y escribí una carta diciendo que no voy a aceptar renovar o no firmaría mi contrato. Porque era un contrato cada año. Es como no tener empleo fijo,

entonces si no tienes nombramiento ni empleo fijo, el riesgo debe ser de ambas partes, ya que vives en la incertidumbre de que no te renueven y perder el empleo. Pero la Universidad tiene el gran riesgo de perder un buen empleado. Se van los empleados, bajo esas condiciones se va la gente.

Cambiando el tema y hablando del programa Alborada, yo no empecé a organizar y hacer cambios en Radio Universidad por capricho, no fue por capricho ni que me inventaba nada, sino que me puse a estudiar cuando Rafael Gracia me llamó para ofrecerme la posición, antes de comenzar en radio universidad, dos meses antes yo me pase escuchando la programación educativa y comercial de las emisoras, me dediqué a oír qué está en el aire, qué ofrecen, qué tienen las emisoras WIPR, por ejemplo, que son emisoras de servicio público, y para saber que se le ofrecía diferente, o como se atraía a otro público. Y con Alborada tengo un cuento bien interesante, yo estoy escuchando por la mañana un programa en inglés, de música clásica que a mí me encanta la música clásica, es lo que oigo, pero de pronto, oí que se repetía el programa y le pregunto a María: “¿Qué pasa que están repitiendo lo mismo?, si hace dos meses se pasó”, y María me dice: “es que cuando termina los dos meses los ponemos de nuevo”, ¿y cuánto lleva eso al aire?, y ella me contesta; que desde el huracán Hugo. Que una emisora le donó como cooperación unos programas grabados, entonces yo pienso; pero si el público, puertorriqueño se despierta por la mañana a las seis de la mañana y pensarán; que está en Washington D.C. o en Boston, ¿qué es esto?, entonces yo quería reforzar el público para el noticiero o noticiario, entonces, ¿cómo lo vamos a reforzar? si están repitiendo el programa, cómo vamos a ganar público, audiencia, Entonces es cuando se me ocurrió inventar pedacitos de folclor, yo lo empecé de pedacitos de folclor y de música jíbara, para despertar un poco. La radio comercial tenía unos programas mañaneros de música típica, campesina folclórica, y se me ocurrió un gallito que era la mascota del equipo deportivo de la universidad, un gallito para dar la hora por que los gallitos dan la hora. No te

voy a negar que hubo cierta resistencia, y recibía notas del programa, ¿qué ha pasado que quitaron la música clásica de la mañana? Hable con Rafael Gracia y le digo; hay cierta protesta, me dice Rafael Gracia; deja que ladren los perros, como Quijote, ríe porque ya se calmaran porque va a venir una avalancha nueva de público. Entonces encontré un técnico muy bueno, entusiasta pero temeroso al micrófono, un miedo al micrófono increíble, yo lo fui entusiasmando; tú vas a producir, tú vas a ir al aire, el técnico se llama Andrés “Cucho” Pérez Camacho y todavía está mi voz en la presentación del programa. Yo hacía unos intercambios al estilo de la radio comercial.

Un día me llama Joaquín Mouliert para grabarle unos comerciales y yo le digo a Joaquín Mouliert; no te voy a cobrar, tu cobra al cliente, pero yo no te voy a cobrar, pero, me vas a pagar cantando y escribiéndome unas decimitas para el tema de un programa que estoy inventando en radio universidad. Fuimos al estudio y Joaquín vino con el tema de radio universidad, canta Joaquín Mouliert y lo hice por intercambio, fíjate que era un dinero que a la larga yo le aportaba a radio universidad un dinero que yo dejé de ganar en un comercial.

Fíjate, la radio comercial no es enemiga de la radio comunitaria, ni de la radio pública, ni la radio comunitaria, ni la pública es enemiga de la radio comercial, Julio, se puede trabajar en unión hacer alianzas y complementarse no imitarse es hacer la diferencia cada uno dentro de sus posibilidades y realidades. En mi opinión, debemos tener una mente creativa para reforzar la programación que contenga programas para el público joven, atraer al público universitario porque, ni los empleados, ni los profesores, ni estudiantes no escuchan a Radio Universidad lamentablemente. ¿Entonces yo pienso, que hay que hacer para que ese público o audiencia escuche a Radio Universidad y se quede como audiencia? Al menos una porción grande, y entonces sí, que les divide los Ratings a las demás emisoras comerciales, pero debemos

tener unas alternativas y estrategias para atraer a ese público específico. Julio, ¿que tú crees?

Hay que ser más flexible, más tolerantes, claro. Y hay que admitir que hay cierta comodidad que hace 20, 30 años atrás haciendo lo mismo.

Julio hace un año estuvo Rafael Gracia como coordinador de programación para el 2019 hasta el 2020, se hicieron convocatorias para nuevos programas en Radio Universidad, muy buenos programas, muy buenas ideas y se hizo el esfuerzo de encaminar la estación nuevamente, pero siempre hay otras opiniones que no están de acuerdo con lo que se hace, unos opinan que debe haber más música, otros más programas hablados. He escuchado de todo, pero la gran mayoría no da recomendaciones. Yo pienso que falta por hacer más. Recuerdas Julio un programa que estuvo en el aire varios años, “Su Seguro Social Informa” Es un programa que hace falta, la mayoría de nuestra audiencia su edad está alrededor de los 45 años y más edad. Se lo comenté a la jefa, la doctora Rosa Delia Meléndez que estaba en ese momento, y me dijo que tendría cápsulas dentro del noticiero con relación a ese tema.

Julio, ya me contestaste que estuviste dos meses escuchando otras estaciones de radio en Puerto Rico, ¿Encontraste que la programación de la estación era mayormente de música clásica y que se repetían programas por varios meses?

Dentro de la programación, había poca variedad y hubo resistencia al cambio por parte de la administración universitaria entiéndase, directores, rectores, decanos, entre otros.

¿Cómo Julio Torresoto, además de la experiencia que traían Sonia Vivas y tú desde Boston, pensó la programación para Radio Universidad?

Mira Aitxa, observa un arcoíris que tanto nos gusta, observa el arcoíris, ¿notas cómo van los colores armonizando y cambiando de tonos hasta que se va convirtiendo en otro tono? Si tú le sueltas la mañana a la gente que no le gusta la música clásica, un Wagner digamos, lo va

a resentir lo va a quitar no lo oye, pero tú los vas llevando poco a poco. La llamada música clásica más conocida, Carlos Camuñas sabe de memoria cuales son, yo las más conocidas que tocan tanto, todo el mundo oye el concierto de Aranjuez, Pero de ese tipo de música, vas llevándolos poco a poco a lo más popular, ósea, no hacer la transición violenta. Si a usted le gusta mucho, mucho la música clásica, tanto, así como la Ópera, óigala en su casa, a mí me encanta y yo la oigo en privado.

Mira qué cosa interesante y para llenarte de optimismo, aquí en el estado de Florida en el área donde vivo había una emisora de música clásica muy buena, muy bien llevada con buena programación y la quitaron. Anteriormente la habían quitado, los oyentes lucharon y la volvieron a poner hasta que finalmente la quitaron. Entonces yo comento entre mis conocidos latinos y norteamericanos que Puerto Rico siendo más pequeñito, con tres millones de habitantes, tiene dos emisoras con música clásica y el estado de la Florida cerca de Miami ahora no tiene ni una estación de música clásica, no tiene, la quitaron, porque la fuerza de lo que llaman música comercial es tan grande, tan fuerte, o sea, los que dirigen y tienen el poder, se dejan llevar por sus gustos. Porque, por ejemplo, lo que te parece que es música ofensiva digamos, no quiero ni nombrar lo que es, música que insulta a la mujer, ¿cómo tú puedes decir que al público le gusta? El público no la había oído nunca, a alguien, a algún programador, alguien que le interesó vender esa música, comenzó a darle difusión con una fuerza tremenda. Aquí yo tengo un servicio de música clásica y de pronto, te la cuelan ahí, a la brava esa música que a mí no me gusta, así entra de pronto. Entonces si no la han conocido ¿cómo es que el público la pide y le gusta?

Julio, por mi experiencia trabajando en emisoras de radio comercial fui directora de programación aprendí mucho y me di cuenta que las casas disqueras, los dueños de las estaciones de radio comercial y sus programadores, no todos hago la salvedad, buscan innumerables estrategias para pegar a los artistas y su música. La ética es muy

importante y darse a respetar aún más, que cuando venga un representante de las casas de disco saber que la música que traen para promocionar va a tono con el público que te escucha y respalda. Dejarles saber que queda bajo tu consideración el incluir en la programación o no. Muchas veces ofrecen viajes a conciertos con el artista, dinero para que les suenes el tema al artista. Y así, muchas anécdotas más, que en aquella época por ser mujer una está expuesta a toda conducta indeseable de algunos varones que se creían con poder por estar en una industria poderosa y machista, gracias a Dios todo fue cambiando, pero aún falta mucho por hacer.

Aitxa, te doy un ejemplo, observa las dificultades del festival Casals en Puerto Rico, un festival que la gente iba del mundo entero al festival Casals. Yo hice un viaje para uno de los festivales, porque estaba la novena de Beethoven que me gusta mucho. Lo mismo pasa con la Sinfónica de Puerto Rico. Recuerdo desde que la dirigía Guillermo Figueroa, me lo encontré y le dije; Pero Guillermo esta Orquesta está sonando como la de Viena, y me contesta Guillermo, estás exagerando, no exagero, es una maravilla, que bueno. La lucha ha sido muy fuerte para conservarla y mantenerla, con tantos recortes presupuestarios.

Otro ejemplo interesante, Aitxa, en una parranda en unas navidades te dicen te voy a llevar una parranda y la gente dice; pero no con una lata y ollas, porque no es lo mismo que te lleven una parranda con unos buenos músicos, a que sea con cualquier cosa y cantando mal para sacar sonido. Resulta que si tu logras imponer que esos que tocan mal y desafinados y con vulgaridades pues es mejor para el que los contrata porque no quieren los buenos

músicos que han tenido que estudiar en el conservatorio cuatro años sacrificados practicando sus instrumentos por varias horas, teniendo también que viajar y muchos se han tenido que ir fuera de Puerto Rico. Tenemos cantidad de músicos por todo el mundo, y hasta excelentes cantantes de Ópera.

¿Cómo comparas la época en la que estuviste como coordinador de programación con la época actual?

Como actualmente no vivo en Puerto Rico no la escucho mucho, nosotros teníamos una programación bastante balanceada y cuando yo decidí no renovar el contrato yo tenía un tercer cambio o modificación. Yo hice dos cambios a la programación y era toda planificada y me sentaba con Rafael Gracia y con varios, a estudiar. Y eso yo no lo aprendí así porque sí, yo no lo invente, yo, era testigo de una mujer de radio y la que recuerdo muy bien era Esther Pales, una mujer de radio en radio el Mundo, que ella planificaba inclusive todas las novelas decía la gente son iguales. Pero ella leía la novela completa, que es difícil, de por sí, y ella buscaba que la novela armonizara en la programación con otra novela de radio y que programas de aventuras era bueno, a qué hora los niños están fuera de la escuela para poner un programa de niños. Se estudian las costumbres, y lo hice como te dije de Massachusetts, de acuerdo con las estaciones del año. Por temporadas. Un programa diseñado para el (tapón) congestión vehicular, como no se puede ver la televisión manejando, es la mejor oportunidad para hacer un buen programa a las 4:00 pm, a las 5:00 pm. O a las 6:00 pm. En las mañanas para despertar puedes diseñar una programación alegre, deseoso despertar alegre pero no con música estridente, ni ruidosa, no exagerar.

Julio, cuando Jimmy Torres fue nuestro director General y Carlos Camuñas era el Coordinador de programación, Jimmy organizó un equipo de trabajo para discutir los asuntos de la programación de la estación, pero sin quitar la autoridad al Coordinador de programación, ese grupo de trabajo lo componían, el doctor Jimmy Torres, Carlos Camuñas, Vilma Reyes, Isabel Pichardo, Elmer González y yo, Aitxa Santos. Tenía un técnico- locutor que era yo, un productor de uno de los programas más escuchados que era Elmer González, Vilma Reyes que era la encargada de las promociones en la estación e Isabel Pichardo que es la coordinadora del área de Desarrollo.

¿Crees que es saludable esta práctica o solo bastan las decisiones del Coordinador de programación?

Aitxa, me parece estupendo, maravilloso, te acuerdas eso que dice; dos cabezas piensan más que una, el director o coordinador de programación no debe tomar decisiones arbitrariamente, ni a la brava.

Esto es uno de mis planteamientos que en una programación saludable me parece que debe haber más de una persona que mire más allá, aportando ideas.

Remontándome a mi época como director de programación en la estación WMDD en mi pueblo natal de Fajardo, los representantes de las casas de discos que llevaban los discos de promoción ya tenían la disciplina con quien hablaban y dejaban los discos era con el director de programación con nadie más. En nuestra estación Radio universidad, tenemos variedad de productores como programas al aire, llegan los disqueros y hablan con los diferentes productores y eso se puede prestar para intercambios de diferentes cosas. Me parece que se tendría mejor control de eso, si se canaliza a través del coordinador de programación y si en ese momento no hay asignado, que los canalice el director de la estación. En una época aun Carlos Camuñas como Coordinador de programación, llegaban discos con diferentes géneros, a los que Carlos Camuñas iba identificando de acuerdo con el programa se los distribuía a los productores. Para mantener la pureza y ética de los procesos con relación a los productores y a la programación.

Me gusta la idea.

Aitxa, actualmente ¿hay un coordinador de programación?

No hay coordinador de programación nombrado.

¿Todavía le llaman coordinador?

Si, todavía somos coordinadores en los diferentes puestos.

Eso es administrativo, le llaman así para no pagar lo que en realidad paga la plaza de director. Y te dejo con un contrato de un año, ahora es de menos tiempo, sino te dan un diferencial o compensación añadidos a tus tareas ya asignadas. Por eso fue por lo que no quise renovar el contrato, tan pronto me fui comencé a trabajar en la televisión comercial y en otras actividades que me fueron surgiendo. Yo me tome ese riesgo.

Julio, que bueno que estamos en sintonía con lo que hablamos. Yo comencé en la radio comercial en el año 1987, estuve tres meses haciendo una práctica para una clase de la universidad, la locutora que estaba en horario estelar se fue para estados unidos y me ofrecieron el trabajo, al principio mis padres no quisieron pues querían que terminara de estudiar en la universidad y seguí los estudios y el trabajo hasta que termine mis estudios de comunicaciones en la Universidad Interamericana recinto de Fajardo y recinto de Bayamón ya que los demás cursos de concentración donde único los daban era en la Inter Bayamón. Todavía tengo la disciplina del respeto por el trabajo, por el público oyente, que lastimosamente se ha perdido.

Te voy a poner un ejemplo; ahora con la pandemia la gente está en la casa, los que trabajan por teletrabajo o remoto, los estudiantes, ese público ha cambiado ¿cómo servirle a ese público que es diferente? Que no va a la calle, que se queda en su hogar, ¿Qué se le puede ofrecer que no ofrezcan las demás emisoras comerciales? ¿Qué reguetonero está haciendo cosas interesantes y se sale de lo común? Bad Bunny, ya que el marketing es fuerte, el dinero que están invirtiendo en cada video y espectáculos es impresionante. Hay mucha resistencia por parte de los diferentes medios a eliminar las películas violentas, los programas de alto contenido y lenguaje sexual. Una de las cosas que yo quise hacer y llegó a funcionar un tiempo corto era que el noticiario de Radio Universidad fuera una cadena, Radio Católica de Ponce llegó a encadenarse con nosotros, tenían un locutor en Ponce que también ponían algunas noticias locales, hablé con WIPR, también, ¿qué interesante eso, ¿no?

Lamentablemente, se perdieron las colaboraciones que hacíamos con Fresno California, y otras.

Te tengo que decir esto Aitxa, gracias a Dios nunca me ha hecho falta los reconocimientos. Cuando se le hizo el homenaje a Catalino “Tite” Curet Alonso que hasta se le puso el nombre a uno de los estudios y se hizo un cartel muy lindo, y yo escuche la transmisión al homenaje a Tite Curet Alonso, y sabrás que a mí no me invitaron. Para mis adentros me decía, ¿cómo creerán que llegó Tite Curet Alonso a la emisora? Fui yo, y trabajo que me costó llevar a Tite ya que en una época tuvo unos problemas en su carrera y lo sabía por la gran amistad que hubo entre él y yo. Cuando nos reunimos para convencerlo de trabajar como voluntario, me dio gracia por que llegamos a un restaurante y Tite me invito a almorzar. Y le digo, pero el que está invitando soy yo, te quiero convencer para que produzcas un programa. Finalmente, Tite llega a producir su programa Tropicalísimo por Radio Universidad. Y ni me invitaron al homenaje de Catalino Curet Alonso. Y yo riéndome, escuchando la transmisión, me decía; ellos creerán que Tite llegó a Radio Universidad en paracaídas. Me costó un disgusto por que alguien me vio, eran como las tres de la tarde y le fue con el chisme al jefe de que a las horas de trabajo yo estaba con Tite Curet Alonso en un bar. “si yo no tenía horas de trabajo fijas”, a veces me despertaba a las dos de la mañana y estaba trabajando en nuevos proyectos para la emisora. Buscándole el nombre al programa de Tite, Tropicalísimo. Se lo comenté a Jaime Torres Torres, y me dijo; ese es, ese es. Luego de eso Rafael Gracia negoció con Sonia Vivas que estaba trabajando en NotiUno. A Sonia No le gustaba el estilo de NotiUno porque era muy rápido y gritado. Finalmente, se dio y cuando se hizo la prueba de voz para el noticiero. Entró la voz de Sonia Vivas. Una voz serena, estaba Nora Soto y estábamos todos y el piloto que se hizo, quedamos impresionados. Yo tuve mi resistencia ya que en muchas empresas no quieren que trabajen esposos, tuvimos esa dificultad.

Aitxa, he tenido mentores maravillosos, José Luis Torregrosa, Héctor Almodóvar, en el cine Juano Hernández, Jorge Rodríguez, director de programación, le dijo a Rafael Gracia cuando se fue que yo haría grandes cosas en la estación, pero si me dejaban trabajar.

Julio gracias por tu tiempo y dedicación durante tantos años.

ii. Entrevista a Rosa Alers Ramos

Rosa Alers, ¿cómo llegas a trabajar a Radio Universidad?, ¿cómo fueron tus comienzos en Radio Universidad?

Yo llego a Radio Universidad, por el doctor Rafael Gracia Machuca en un proyecto muy soñador y ambicioso de su parte, de mover a unas nuevas formas de producción de Radio Universidad. Fue montando toda una estructura en la estación, el desarrollo del proyecto del departamento de noticias y ciertas ofertas de productores que venían y realizaban programas y organizando esas estructuras buscando una persona que pudiera estar a cargo de programación. Un colega le refirió mi nombre y el pues, me llamó y conversó conmigo. A finales de diciembre del año 1994, principio del año 1995, me contó el proyecto que estaba tratando de desarrollar en aquel momento. Él quería que Radio Universidad pues, fuera parte de todo el entramado de las estaciones públicas, que se desarrollaban a través de National Public Radio, y me dijo que si quería participar de ese proyecto. A mí, me estuvo muy interesante y le dije que sí. Yo era empleada de la Universidad de Puerto Rico en recinto de Bayamón y dirigía el Centro de Recursos Educativos. Entonces me muevo en una licencia en servicio en diciembre del 1995, a colaborar con todo el grupo de trabajo que ya estaba allí, para ir desarrollando estructura en ese proyecto que era Radio Universidad de Puerto Rico, para aquel entonces que posteriormente se convirtió en la Cadena Radio Universidad de Puerto Rico que se retransmite a través de su repetidora en Mayagüez que era parte de ese mismo proyecto, y a través del internet.

¿Cuántos años estuviste trabajando en la estación?

Yo estuve trabajando en la estación desde diciembre del año 1995 hasta enero del año 2000. Cinco y tantos años.

¿Cómo conceptualizaste la programación? ¿Qué cambios hiciste en esa época?

Pues mira, en aquel momento, cuando nosotros y digo nosotros porque éramos un equipo de trabajo muy completo en voluntades porque realmente eran muy pocas personas trabajando en la estación, tal vez la oficina de administración universitaria creía que éramos muchos, pero realmente no éramos tantos. La estación había ido desarrollando una personalidad aural diferente y había una serie de productores que hacían sus programas. La estación tenía una programación muy mixta que era parte de esos proyectos que ya existían y lo otro era programación que recibíamos a través de satélite, amarrado a lo que era el satélite. Entonces la oferta era muy variada, pero necesitaba un poco de organización, de hecho, la estación comenzaba a funcionar a las 6:00 am. y terminaba de transmitir a las 10:00 pm. En aquel tiempo y entraba y salía en programación de satélite, programación en inglés particularmente música clásica. Entraban propuestas de programas nuestros, había todo ese sube y baja entonces una de las cosas que empezamos a trabajar fue tratar de reorganizar, que las ofertas fueran un poco más afines en términos de lo que era su secuencia en lo que iba un programa detrás del otro. Se trabajó muy fuerte en tratar de expandir la cantidad de transmisión y entonces se amplió a 24 horas a través del servicio del satélite. El proyecto más importante que yo trabajé durante ese período de tiempo fue el diseñar un reloj para tener oportunidades de poder insertar cuñas, pausas, para poder tener pausas, tanto comerciales como de promoción, porque en aquel entonces iba en una relación continua un programa detrás del otro. No había pausas, solamente la pauta de la identificación por ley de la hora en punto. Recuerdo que entonces gracias también a que contaba con apoyo de National Public Radio y CPB pues tuvimos consultoría que nos fueron ayudando a diseñar esa estructura.

Básicamente uno de los proyectos que yo entiendo más importante fue diseñar el reloj de programación. Yo que escucho la estación ahora 21 años después todavía básicamente la estructura que se mantiene es la misma que son tres pausas, la hora, una cerca de los 20 minutos, una cerca de los 40 minutos y la otra a los 58 minutos aproximadamente. Hay algunos programas que tienen otras entradas, pero básicamente si tu observas ese es el patrón que más o menos se sostiene. Eso lo que hizo fue Aitxa, brindar la oportunidad de que teniendo esas cuñas se pudiera insertar auspicios porque ya desde el momento en el que yo llego, el objetivo principal era buscar que la estación pudiera ser autosuficiente a través de recursos externos, lógicamente le pasó a Radio Universidad y le pasó a todas las estaciones que pertenecían a los proyectos públicos en los Estados Unidos, que aquellos apoyos económicos porque eran las que las mantenía y las sustentaban se iban reduciendo por lo tanto tenían que buscar sus propios recursos para funcionar. Y esa cuña que al principio hubo cierta resistencia por parte de los productores de hacerla porque estaban ya muy acostumbrados a tener sus sesenta minutos. Yo recuerdo haber visto programas de más de sesenta minutos, pues estaban muy acostumbrados y ellos tuvieron que empezar ajustarse a eso, y es lo que le da la oportunidad de poder entrar con recursos de manera que pudiera llegar dinero nuevo. Dinero no vinculado al presupuesto oficial de la universidad y que diera más libertad a poder sostener y mantener la estación. Así que básicamente por ahí es que va el tema de lo que yo entiendo fue uno de mis proyectos más importantes, el establecer el reloj de programación con las cuñas para poder tener oportunidades de incluir auspicios.

¿Crees que hace falta una junta que asesore al director de programación, aunque la decisión final sea del director de programación?

Mira Aitxa para poder responder a esa pregunta lo primero que hay que responder es depende. ¿Depende de qué tipo de estación estamos hablando, por ejemplo, una junta o comité asesor es de lo que estamos hablando?

Si, una junta o comité.

Ok. Mi experiencia por lo menos yo, aunque no estaba escrito, no hay nada escrito siempre pues consultaba con desarrollo, recursos externos que en aquel entonces lo dirigía el compañero Luis Luna y con el director. En el caso específico de programas en el que quisiéramos hacer algo particular hablábamos con el productor y se trabajaba un proyecto en conjunto. Por ejemplo, el proyecto “**Canta Pueblo**” fue un proyecto que inicialmente lo trabajé porque teníamos su precursor que era música Popular Puertorriqueña y ese programa tenía unas muy grandes posibilidades, porque lo veíamos como un programa muy susceptible a nosotros poder insertarlo al proyecto de satélite Radio Bilingüe. De que fuera parte la programación de satélite Radio Bilingüe y yo recuerdo luego de haberlo conversado con recursos externos, desarrollo y con el director de la estación, entonces yo me movía a hablar con el productor para decirle, porque en aquel entonces no teníamos muchos recursos pero que habíamos identificado unos recursos y los íbamos a poner en función de que al productor del programa que estaba montado como ya te mencioné en una estructura muy sencilla. Que era 58 minutos de música Popular Puertorriqueña una detrás de la otra y nada más. No se sabía quién era el intérprete, la audiencia tenía que definirlo, no se sabía quiénes eran los autores, no había contexto era música una detrás de la otra. Entonces nosotros hicimos el acercamiento al productor Roberto Guzmán Delorme, en ese momento y que el fuera trabajando el proyecto en ese momento pues él tuvo sus situaciones de salud y entonces nos movimos a la otra productora que teníamos, Brunilda García Ayala, ambos productores ya están fenecidos y pues, Brunilda García Ayala trabajo el proyecto. Y así es que surge ese proyecto nuevo de “**Canta Pueblo**”.

No se fue a un comité, pero si se habló con el director, se habló con desarrollo esto es lo que queremos hacer pues se habló con el productor y ellos lo fueron trabajando. Se evaluó lo que ya estaba hecho en un piloto y esto es bueno, ha, pues vamos adelante, esa es una forma

de trabajar. Tú, lo que me propones como pregunta es si para cada decisión de programación vinculada a programa se utilice el recurso de una junta o comité, realmente es un poco complicado porque tendría que ser un grupo de trabajo muy grande en el que, en cada área pues este la persona vinculada con desarrollo. La persona que tiene que ver con el asunto administrativo, el que tiene que ver con el presupuesto y el mismo productor si tú sigues añadiendo gente se puede convertir en un proceso muy complicado. Y hay algo en comunicación en radio, en televisión que tiene que haber agilidad ósea, tú no puedes tener y conociendo a la universidad como la conocemos estoy pensando y te estoy contestando desde la perspectiva de una estación de radio pública. Conociendo cómo funciona la universidad pues mira para tomar la decisión si un programa va o no, nos puede tomar siete meses. Me entiendes, esas son decisiones que tú tienes que contestar rápidamente porque hay un productor que está esperando para saber, hay unos recursos, hay unas cosas que se mueven que mientras más personas incluyes más complicado puede ser. Ahora sí, es positivo que un director de programación tenga recursos por si un comité le asesore, que le oriente que le pueda dejar saber, por ejemplo, sobre estilos, sobre propuestas modernas que se están dando, sobre las tendencias, pero no propiamente la responsabilidad decisional. ¿Ves? La responsabilidad decisional debe ser una decisión gerencial esa es desde mi perspectiva verdad, lo que yo considero de la pregunta que me estás haciendo. Si la estación fuera una estación privada, sencillamente no, eso en una estación privada, uno puede como director de programación o como gerente tener quizás unas personas de confianza o comité de consulta que le digan mira, esto es lo que está pasando en el ambiente esto es lo que hay, y la gerencia toma la decisión directamente.

En el caso de nuestra estación que es una estación de la Universidad, sí puede haber un comité pero que no sea el comité el responsable de la decisión, sino que sea un comité asesor que pueda orientar y que no sea un comité muy grande, ¿porque lo digo? vuelvo y me reitero

porque a base de treinta años trabajando en la universidad, la radio necesita una agilidad que las estructuras de la universidad no necesariamente proveen, es básicamente por eso.

¿Sabes cuál era la audiencia de Radio Universidad en aquella época?

En aquel entonces nosotros todavía no estábamos en el año 1995 o 1996, que empecé a trabajar no estábamos todavía reportando los números de audiencia. Para el 1998, a través de un proyecto que coordinaba una asesora de National Public Radio (NPR) que se llama Loreta Rockers. Sí logramos entrar a las encuestas a Arbitron, la empresa que en aquel entonces manejaba y si, para el año 1999, como para principios o mediados nos dieron nuestro primer resultado. En aquel entonces los números reflejaban 50 mil de audiencia en aquel entonces y a base de aquella encuesta que se hizo, pues, posteriormente ya no tuve más información. Recuerdo que ese era el número, ella se comunicó con nosotros y nos preguntó cómo nos sentíamos, de esa respuesta y nosotros pues nos sentíamos muy contentos porque yo pensaba que los números iban a ser más bajos que los que nos informaron.

Sobre el bloque informativo ¿cómo lo trabajaste y cómo según tu experiencia, que ahora te mantienes escuchando la estación, sé que debe haber cambios o se debería quedar como está, o crees que se debe añadir algo más a la programación?

Mira, el área informativa, cuando yo comencé a trabajar ese departamento ya se había diseñado y establecido hacía aproximadamente tres a cuatro años ante. Posiblemente si la memoria no me falla, y ahí no estoy completamente segura, tenían en aquel momento un boletín a las 6:30 de la mañana y un noticiero de una hora a las 7:00 de la mañana. También se estableció otro noticiero a las cuatro de la tarde de media hora, una hora el noticiero de la mañana y media hora el de la tarde. Añadimos un boletín a las 12 del mediodía de cinco minutos también. La realidad es que era bastante fuerte poder trabajar todas esas ediciones, pero lo hacían y cumplían el cometido. Cuando yo llegué solamente hacía la edición de las

6:30 y el de las 7:00 de la mañana. Se añadió el de las 12:00 del mediodía y el de las 4:30 de la tarde.

Había un interés. El director me había expresado, que tenía interés de ampliar la oferta de noticias, por ejemplo; nosotros queríamos, yo le había sugerido que moviéramos el noticiero de las cuatro para las cinco que no se pudo hacer, pero esa propuesta ya estaba y se estaba considerando. También lo que se estaba considerando era alimentar en términos de presupuesto en el departamento de noticias para poder tener una plantilla con un poquito de más carne porque estaba literalmente en el hueso y así poder aumentar esa oferta noticiosa y eso no se pudo lograr. Hubo un proyecto porque teníamos la intención de esa oferta noticiosa que nosotros hacíamos. Queríamos transportarla al sistema de satélite Radio Bilingüe. En aquel entonces el satélite Radio Bilingüe era el único sistema de satélite que ofrecía transmisión para todo los Estados Unidos. En aquel momento quien estaba copando todo ese proyecto era Radio Bilingüe. Y nosotros teníamos un acuerdo de colaboración con Radio Bilingüe que estaba en California y había todo un plan de nosotros ocupar espacios noticiosos dentro del centro del satélite para ofrecerlos a la zona este de los Estados Unidos que es donde teníamos. Por supuesto ya no es así, la mayor cantidad de puertorriqueños ubicados en esa zona, la diáspora que cada vez más crece y por eso nosotros queríamos solidificar el noticiero y además queríamos darle una vertiente más amplia, no solamente de noticia nacional puertorriqueña sino también de una ensalada, una propuesta un poquito más amplia de noticia internacional que Radio Bilingüe. En su departamento de noticias no trabajaba y se empezó a trabajar un proyecto muy espacial con la BBC de Londres y se logró un proyecto que, en aquel momento, 21 años atrás era muy innovador y primigenio para la BBC y también fue primigenio para nosotros que fueron las ediciones internacionales. Era una combinación de los boletines internacionales de BBC Mundo, que corrían a las 12:00 del mediodía y unidos el boletín de la BBC con el boletín de Radio Universidad de Puerto Rico,

que entonces daba el toque de la noticia nacional de ese boletín que corría aquí en Puerto Rico en vivo. También corría por el satélite de Radio Bilingüe que, en aquel momento, tenía una audiencia de 6 millones de oyentes auditados. En ese sentido eso unido al programa “**Línea abierta**” que tenía una edición que era de Puerto Rico. Los jueves iba buscando junto a un programa que producía el departamento de noticias la profesora doctora Norma Valle Ferrer, y su programa “**Agenda de hoy**”. Era el grupo de oferta que nosotros queríamos para principios de año 2000, insertar en el satélite para nosotros convertirnos en productores de información. No era cambiar la programación regular que recibía nuestra audiencia, pero sí tener una vertiente adicional que fuera del sistema del satélite y entonces tener dos plataformas. Era nuestra programación regular diaria para toda nuestra audiencia en Puerto Rico e ir desarrollando una plataforma informativa que íbamos a alimentar a través del sistema del satélite para la audiencia latinoamericana particularmente puertorriqueña, de la zona este de los Estados Unidos. Por eso, pues, el proyecto con la BBC, pues lo que hacía es que nos daba más presencia, nos daba también conocimiento y fue un proyecto que también fue lo más interesante y corrió desde el año 1999. No recuerdo las fechas, pero si corrió desde el año 1999. Ya después en las próximas administraciones de la estación de radio cancelaron ese proyecto. Pero básicamente el proyecto de noticias se le veía mucha oportunidad de crecimiento. Lo que veo a través, del tiempo y he podido identificar es que cada vez más se ha movido a información la programación y música y menos a noticia, hay menos oferta noticiosa.

La oferta noticiosa particularmente, de la mañana básicamente es la que tienen disponible. Pues es una variada y como siempre eso si es importante, dan la otra mirada, o sea, cuando tú escuchas las estaciones que son comerciales y entonces escuchas lo que Radio Universidad ofrece, tú siempre estas consiguiendo otra información. No es un complemento, es otra información, que es diferente, y eso si pues lo ha mantenido y eso es muy positivo.

¿Crees que la oferta informativa es positiva? ¿Está balanceada? ¿O le hace falta más ediciones en algún otro horario?

Pienso que, en este momento, deberían tener una oferta noticiosa en la tarde, opino que en la tarde también se debe abrir una ventana para noticias, no necesariamente tiene que competir con las ofertas tan dura que tienen las estaciones comerciales a partir de las 5:00 de tarde, pero sí una edición a las 4:00 de la tarde puede ser un espacio que pudieran ocupar para noticias.

Retomar las colaboraciones, como, por ejemplo, la que mencionaste Radio Bilingüe, ¿sería beneficioso, enriquecedor?

Mira. ¡Ay, Dios mío! Bueno, ahí voy. Aitxa, nosotros, los puertorriqueños, tenemos que trabajar todos en romper nuestro insularismo. Una de las formas para uno romper el insularismo es exponerte y participar. Entiendo que sí, deberíamos movernos a otras colaboraciones. No solamente estar escuchando siempre lo mismo que nosotros hacemos, que es bueno, pero es que hay que traer otras cosas para saber que más está pasando en el mundo, para insertarnos en el concierto del resto de los países. Para nosotros dar de lo nuestro y recibir de lo que los otros países tienen.

No solamente lo que nosotros hacemos todo el tiempo, no voy a mencionar programas, pero, mira, estaba escuchando el otro día un programa y yo decía: pero es que ese programa que más va a poner es siempre lo mismo, O sea, ¿por qué siempre es lo mismo? Es un programa particular que se mantiene en Radio Universidad desde hace mucho, mucho, mucho tiempo. Pues es más de lo mismo, porque no se expone, porque no sale, porque siempre es su productor y animador presentando eso, y es su visión del mundo, lo que a él le gusta, como a él le gusta. Si nosotros hacemos colaboraciones, tú escuchas esas otras propuestas, las de otros lugares. Se las damos a la audiencia, la audiencia dice: ah, mira qué bien, aquí también tienen este otro tipo de programa.

El programa **Mundofonías**, que se transmite los sábados... Ese programa yo lo encuentro espectacular, porque todos los sábados me va a decir una cosa totalmente diferente. Este sábado me tienen un tema, el próximo sábado otro tema, el otro sábado otro tipo de música. Entonces es enriquecedor, por eso las colaboraciones son muy buenas, siempre son buenas. Tener ofertas diferentes para la audiencia que está en crecimiento y para los que están produciendo y generando programas, e intercambio.

El programa de **Alborada** tiene eso, claro. Está enfocado en música puertorriqueña, pero si tú observas, Andrés “Cucho” Pérez Camacho su productor, sí ha logrado eso. Cucho tiene un especialista de música típica puertorriqueña, un especialista que va y le habla sobre bomba, otro de plena, de fusión, hoy tiene música de tambores, mañana es de cuerdas... Ese programa de Alborada es uno de los programas, que ha ido madurando. Toma un programa de Alborada hoy y búscate la misma fecha hace veinte años. Ve y búscate, para que tú veas. Son dos programas completamente diferentes. Ha tenido madurez, ¿cómo la ha tenido? Porque su productor sí se ha movido, y lleva invitados y no necesariamente el invitado siempre es el mismo y el mismo participa. A mí me gustó mucho, esta Navidad pasada tuvo un programa que era sobre décimas, y trajo a un cantante que es canario, y entonces viene y canta décimas aquí y grabó con Decimanía. Y Cucho iba explicándolo, y antes de que escucharas el programa: mire, este señor es de Islas Canarias, eso enriquece a Cucho como productor, porque va aprendiendo más y eso enriquece también a la audiencia. Por eso las colaboraciones en una estación que es pública y si tú recuerdas de la clase, Aitxa, radio pública no es que es mantenida por el Estado, es que el principio es sin fines de lucro. Por lo tanto, tú puedes hacer muchas otras cosas que no hacen las estaciones privadas, porque las privadas están para el lucro y todo el tiempo tienen que poner al reguetonero de moda, porque con eso es que van a sacar dinero. Entonces las estaciones públicas sí tienen esa oportunidad de buscar colaboraciones, buscar otras personas, incluir esos otros proyectos, yo sí creo en

eso. Y pienso que es algo que se debe mantener, en español, en inglés, en francés, italiano o en el idioma que sea. No estar atados a nada, sino, todo lo que pueda complementar a una oferta que sea más enriquecedora y sea como dice el slogan, “todo un mundo de música e información”.

¿Crees que la estación cumple con los objetivos de informar, educar y entretener?

Mira, vuelvo y te digo, en mi caso particular, que yo le di treinta años de mi vida laboral a la universidad, que trabajé en la estación, y yo sé la verdad de las luces y las sombras, que generalmente las sombras están vinculadas a los asuntos económicos. Muchas personas piensan que el mundo de la radio pública es un mundo gratis, y que todo te lo dan gratis y tú sabes que no, tú sabes que el satélite hay que pagarlo, que los programas hay que pagarlos, la transmisión hay que pagarla, se te paga un salario a ti y a tus compañeros, que hay toda una lucha. Hay que ver con lo que hay que sobrevivir en términos económicos para poder mantener la operación. Desde las cosas más comunes, complicadas y hasta cosas que la gente ni conoce. Que hay que tener un ingeniero y hay que pagarle, pagar el combustible y mantener la planta eléctrica. Pagar por equipos que son mixtos, porque muchos son digitales, pero también hay equipos análogos, y las demás deudas. Dentro de todo eso, es una situación complicada. A mí me parece que la estación va navegando y va haciendo su trabajo, como todo en la vida y cómo tú y yo, podemos mejorar, porque siempre podemos mejorar, pero a mí me parece que a la luz de las realidades y como está la universidad, que lleva perdiendo cuatrocientos millones de presupuesto, y eso afecta a todos, a mí me parece que la estación está haciendo su trabajo en la medida de lo posible.

¿Qué crees que le hace falta a Radio Universidad para hacer llegar más audiencia?

Existe un elemento básico que tiene que ver con presupuesto, porque en esta vida para hacerlo todo hace falta dinero verdad, presupuesto, pero la estación en mi apreciación debería tratar de incorporar una mayor presencia participando de eventos, coauspiciando, saliendo de

los muros de la universidad, ves. Tratar de desarrollar proyectos fuera que la gente sepa que la universidad de Puerto Rico tiene una estación de radio que es completa, que no es un *University Radio*, que no es eso, es una estación de radio como lo es WKAQ. Participar de los eventos, participar de la Asociación de Radio Difusores, de los eventos en las que participan las demás estaciones, en la medida de lo posible a auspiciar eventos como lo hacen las otras estaciones de radio. Vuelvo y te digo es difícil porque de lo estamos hablando es de dinero y esa es una de las situaciones más complicadas que tiene la estación Radio Universidad, aparte que está limitada con todas las normativas que tiene la universidad y el gobierno. Eso es un libro casi del tamaño de la biblia, de no harás, pero, dentro de las pequeñas puertas, tratar de moverse para que la gente sepa que sí hay una estación en la universidad que es diferente. Eso es una de las cosas verdad, ¿por qué pienso que eso trae mayor audiencia? Porque la gente va a empezar a hablar, los líderes, la gerencia y el talento hay que moverlo, a que se escuche, a que participe, de cosas, hay que buscar presencia en otros medios tradicionales como los periódicos, de una forma agresiva, yo pienso que eso puede ser una manera. Aquí en Puerto Rico nosotros tenemos una gran situación y es que nosotros tenemos una gran cantidad de radio emisoras extraordinarias, aquí hay mucha, mucha, mucha radio emisora de manera que eso significa que el menú es bien amplio.

Entonces por eso el bizcocho es pequeño porque hay tanta radio emisora todo el mundo sigue escuchando su radio emisora, bueno pues se dividen mucho, pero, el buscar que el nombre de Radio Universidad en su cuadrante, 89.7 F.M. y repetirlo para que se quede en el consiente de los oyentes y la vayan a sintonizar porque si no sintonizan otra estación. Otra forma es tener más presencia agresiva en las redes. Yo recibo por ejemplo en las notificaciones en mi teléfono de una estación de noticias que yo sigo me llegan los “Push” (notificaciones) pin, pin, bueno mire, tenga la oportunidad de que la gente pueda recibir esas notificaciones de radio universidad en sus dispositivos tecnológicos y que el departamento de

noticias todos los días envié una notificación de, estas son las noticias que vamos a tocar, o esa es la entrevista especial que tenemos y “Push” (notificaciones) de los programas. Fíjate que tú recibes de las cosas que estés suscrita. Mira, en una hora vamos a tener tal cosa. Y entonces así tratar, ¿verdad?, de mover también, que la gente sepa, mire este programa va a empezar, pues, vamos a escucharlo y atender esa presencia de las redes para buscar que la gente se mueva hacia la estación, por internet, Twitter o por el cuadrante 89.7 y 88.3 F.M. Por donde quiera escuchar.

Entonces, en ese sentido, te estoy mencionando estas cosas, pero si tú miras es desarrollar un plan muy estructurado y organizado de presencia por lo que lo traigo así como presencia es porque es más económico, porque no es poner un anuncio. El anuncio lo tienes que pagar. No. Es presencia, usando un plan de medios donde tú incluyas esa presencia, buscando que sea costo efectivo para que se empiece a escuchar el nombre de Radio Universidad y la gente se empiece a mover, a buscar. ¡Ah, sí, ya la conseguí! ¡Ah, sí, (tal programa)! y la gente la empiece a buscar. Déjame buscar, déjame buscar, aquí es, que es en francés, mira es en árabe.

Yo nunca recibo ninguna notificación de Radio Universidad, ¿entiendes a lo que me refiero? Ir moviéndonos a ese tipo de cosas. Porque la audiencia ahora, Aitxa, ya no se consigue como se conseguía antes, es puramente con lo que estas lanzando al aire. A la audiencia la tienes que ir a buscarla, pescarla ves, en el mar de todas las audiencias tú tienes que buscar de ahí y traerlos para acá. Pues por eso a mí WKAQ a cada rato me dice que el doctor Rosa está hablando. Bueno pues, algunos días me cogen y me digo; hay déjame ver que es lo que él está diciendo y me cambio para allá. Ves, entonces, claro eso lo que requiere es hay que sentarse y trabajar un plan buscando que sea costo efectivo porque yo sé que la estación no tiene el dinero para pagar. Se requiere sentarse y hacer un plan concienzudo donde se utilicen los recursos que existen porque la estación requiere presencia en redes, pero

presencia todo el tiempo, no de un programa es, de la estación. Porque eso es otra cosa hay que trabajar con los productores, no es mi programa, es la estación. Ejemplo: vamos a inventarnos que hay un programa que se llama Salsa de Tomate en la estación para no hablar de ninguno, bueno pues no es Salsa de Tomate, es Salsa de tomate de Radio Universidad, escucha Salsa de tomate de Radio Universidad. Es Radio Universidad de Puerto Rico te presenta, Salsa de Tomate, no Salsa de Tomate todos los domingos a tal hora, o escuchen en Radio Universidad Salsa de Tomate. Uso ese nombre ridículo, pero es para no usar ningún otro (reímos).

Es lo que sugiero porque estos tiempos requieren ir a pescar en el mar de la audiencia porque es que las estaciones no compiten solamente con lo que tu pensarías es una audiencia tradicional de radio, no, tú compites con la misma gente que está viendo televisión, que tú los puedes mover de televisión a radio, porque el televisor inteligente te lo permite. Tú compites con los programas tecnológicos de juegos, tu compites con Twitter, tu compites con Facebook, los tienes que utilizar pero compites con ellos mismos entonces tiene que ser ese plan de mira ahora todos los días tienen que llegarle a la gente estas notificaciones que nosotros tenemos de estos programas y posiblemente ya estamos tan artos nosotras la audiencia de tanta política que si me llega la opción de un programa de política más versus un programa de música maravillosa como el programa de Jazz en Seis Cuerdas, pues me voy a escuchar Jazz en Seis Cuerdas, ves, ese tipo de cosas (risas).

Rosa, ¿qué recomendaciones nos darías en estos 42 años recién cumplidos de Radio Universidad?

Yo no soy nadie para dar recomendaciones, no, yo lo único que sí puedo decir es “Pasión”, Mantener la Pasión, sostener la pasión, amar ese trabajo saber que tiene resultado indistintamente de lo que digan los resultados de las encuestas de audiencia. Acá del otro lado, siempre, siempre, siempre, hay unas personas, estamos unas personas escuchándolos

porque nos importa lo que dicen, porque nos satisface lo que dicen, porque nos entretiene lo que dicen, porque nos educa lo que dicen, porque nos hace sentir bien lo que escuchamos y siendo eso así la estación debe mantener la Pasión, debe mantener el compromiso de ofrecer música e información para el Mundo. Nada más.

Gracias Rosa Alers por la entrevista y valiosa colaboración.

iii. Entrevista a Carlos Camuñas

Carlos, ¿en qué momento fue que comenzaste como director de programación en Radio Universidad?

Bueno, eso fue cuando hubo un cambio general del director, que la estación se unió a la escuela de Comunicación Pública y sí eso fue cuando Rafael Gracia sale como director de Radio Universidad y entra Eliseo Colón Zayas. Eso fue en el año 2000 sale Rosa Alers y entro yo. En realidad, era una plaza fantasma porque no existe en la universidad.

Yo era productor de programas musicales y encima de eso, Eliseo me acuerdo como ahora me pide que le diera una mano con la programación y dije: Bueno sí, Está bien. No hay ningún problema. Pero sí eso fue en el 2000.

¿Qué criterios utilizaste dentro de la emisora? Dentro de los parámetros de la estación, que es una emisora pública como para ir dirigiendo la música, los programas, y hacer un balance.

Bueno, yo no soy precursor de nada ni inventor de nada. Yo soy un amante de la música. Yo creo que hay mucho con lo que yo hice en Radio Universidad que tiene que ver con una emisora que yo escuchaba cuando vivía en Boston, en la ciudad de Massachusetts, que fue a fines de los años 70 y era la emisora de la Universidad de Boston, WBUR.

¿En Amherst?

Sí, WBUR. Entonces yo escuchaba emisoras precisamente por la variedad que tenía de tocar la música que a mí me gustaba y que no se tocaba por las emisoras musicales. Y yo pensé que, si algún día trabajara en la radio en Puerto Rico, me gustaría promover ese tipo de programación porque era la música que me gusta. Entonces, pues, por casualidad coincidió mi comienzo en Radio Universidad, con el primer año mío en el programa de maestría de la

Escuela de Comunicación. Entonces, yo recuerdo que vi en un boletín “Board” que estaban buscando estudiantes voluntarios para trabajar en la emisora y yo pensé que la concentración mía, era cine. Bueno, no es cine, pero era un medio importante. Pues, no me va a hacer daño probar lo que yo puedo hacer ahí. Entonces, fui a las entrevistas, hablé con el director Ángel

F. Rivera.

Ángel F. Rivera no se me va a olvidar porque fue el que me dio la oportunidad para entrar a trabajar a la estación fue él. Recuerdo que en aquel entonces después de que me entrevistaron, me mandaron a hacer unas pruebas de locución con otros. Había bastantes estudiantes, ahí, entrevistándose. Yo recuerdo que en ese momento pensé: Pues, estoy fuera de aquí; porque yo no tenía voz de locutor y yo veía las caras, por el control, veía las caras de la gente como que, pues, pensé Carlos olvídate de esto, pero me llamaron el día después, si no me equivoco, para entrevistarme con Ángel F. otra vez.

Entonces, él parece que se interesó por el hecho de que yo había puesto en la solicitud que yo tenía el bachillerato en música de la misma Universidad de Puerto Rico y que estaba, también, en Comunicación Pública. Entonces, él me preguntó qué idea tendría para programación musical y fue entonces que recordé otra vez a WBUR y la programación que ellos tenían. A él le interesó, prácticamente, todo lo que yo le decía. Y ahí fue que comencé con esto, con estos programas. “Grandes del jazz” fue el primer programa de jazz que yo produje. Uno que comenzó desde el mismo principio fue el de “Brasil en Música” de música

brasileña. El otro que comenzó también el primer día fue “Música Cinematográfica”.

Después los otros programas fueron llegando poco a poco.

¿Cómo conceptualizaste esos programas? ¿Cómo pensaste, para Radio Universidad, qué chévere poner un programa de cine?, yo sé que era tu “expertise”, el del otro programa que dijiste de los Grandes del Jazz más el de Brasil en Música.

Bueno, por la variedad es la misma razón por la que a mí me gustaba la emisora de Boston es variedad y presentando gente que sabe realmente de música. Por ejemplo, está el caso de Errol Montes y el programa de Rumba Africana. Ese programa comenzó porque Errol Montes llegó a la emisora quejándose de que habíamos cancelado un programa que teníamos llamado Afro Pop, ¿no?, si, Afro Pop Word Wide, hubo que cancelarlo, aunque el programa era buenísimo, pero luego de un par de temporadas subieron el precio y en ese momento el presupuesto de la estación no estaba tan alto, por lo que hubo que suspenderlo, pero yo quería que siguiera. Pero, mientras escuchaba hablar a Errol Montes, me daba cuenta de que este hombre es un experto en música africana, conocedor y tiene muchísimos discos.

En vez de estar quejándose ahí, debería estar produciendo un programa de música africana. Yo sólo se lo ofrecí y él, al principio, como que se quedó así sorprendido, pero yo también sé que era una oportunidad para él de aportar algo, como él es profesor. Y entonces pues ahí tenemos en ese programa un enfoque, más bien académico, de alguien que es profesor, además de conocedor de la música. Y eso contrasta, por ejemplo, con otro programa que fue al aire también. Era un programa de salsa, fue de dos profesores uno de ellos fue el doctor Carlos J. Sánchez Zambrana de “Sociosalsa”. Sí, ese programa no le gustó a nadie, pero a mí me gustó. Se hacían llamar De la Mata y Eran dos profesores de Ciencias Sociales y ambos eran músicos, conocedores y expertos en salsa. Entonces, ellos en la propuesta, habían hablado de un enfoque histórico y todo eso, pero resultó que cuando comenzó el programa era más bien improvisado. O sea, que ellos traían su disco y prácticamente hacían

el escogido allí. Pero, si se le olvidaba algo a uno, el otro se lo contestaba entonces, uno se daba cuenta que era algo que no era súper organizado, pero ellos eran verdaderamente conocedores. Y lo que decían, a mí me interesaba porque hablaban en lenguaje musical. Ese programa a la administración no le gustó mucho, yo me acuerdo y se eliminó, pero francamente yo lo hubiera dejado era otro “*approach*”, contrario al de Errol Montes que era bien disciplinado, bien organizado, ambos son profesores, pero tenían su manera de hacer sus programas. En Radio Universidad yo siempre traté de auscultar si la persona sabía realmente de lo que estaba hablando, es decir, si era verdaderamente conocedor de la música. Y eso, en los primeros programas, uno se da cuenta rápido.

¿Tú crees que la estación debe seguir trabajando por temporadas? Un ejemplo: ¿o seguir eternamente con la programación como está?

Bueno, lo de temporadas tiene mucho sentido si uno está poniendo los programas que vienen de Estados Unidos porque la mayoría de ellos son por temporadas. Ahí, es bueno que coincidan las temporadas nuestras con la de ellos. Pero podría funcionar.

¿Tú crees Carlos que hay que dar seguimiento a los productores para que renueven sus programas cada cierto tiempo?

Bueno, a lo mejor no sacarlos, pero sí hablar con los productores a ver de qué manera van insertando cosas nuevas. Es bueno añadir algo nuevo. Yo creo que ayuda al programa, eso está bien, pero lo importante es eso a fin de cuenta, que la persona conozca bien de la música con la que está trabajando, eso es todo, y se organice bien.

¿Crees que, para ayudar al director de programación, aunque sea el que tome la decisión final, hace falta siempre algún asesoramiento externo?

Bueno, al principio, en el primer año de la estación, se hizo una junta y yo participé en ese tiempo, era productor de varios programas y la verdad que fue un fiasco. Un fiasco porque todo el mundo halaba para su lado, había un profesor de Ciencias Naturales, no

recuerdo el nombre, pero que era todo no sólo música clásica, sino un compositor en particular. Entonces, se dio que muchos de los profesores que estaban en la junta eran literatos y estaban por encima de la gente común como puristas, entonces eso no funcionó. De hecho, el director de aquel momento se dio cuenta y eventualmente se disolvió. Pero si es en una junta con una mente más abierta, con gustos un poco más variados, podría ser útil porque son opiniones que pueden tener mucho acierto.

No es quitándole la potestad al director de programación porque él, al final de cuentas, tomaría la decisión, pero yo no sé si sería, pues, asesoramiento. Es un requisito ahora mismo, sí, es un requisito de la Corporación de Radiodifusión Pública, (CPB) sus siglas en ingles, que exista una junta asesora no necesariamente para la programación, pero existe una junta asesora de la emisora que se compone por parte de la comunidad universitaria y eso es un requisito de CPB. La cosa está en la dirección de la estación, ¿verdad? Cómo se reciben esos comentarios y que tenga diversidad de opiniones y que, aunque no sean gente de los medios, pero que sean gente con diferentes campos de acción y de intelectualidad.

Ese fue el problema en aquel momento, que eran todos profesores del recinto y todos tenían intereses diferentes. Que, de hecho, había un profesor que llamaba por teléfono cuando murió el presidente de la Universidad de aquel entonces Jaime Benítez, me llamó el hijo o el nieto de Jaime Benítez que es profesor en Ciencias Sociales por teléfono a pedir, Pongan, por favor, música luctuosa todo el día. Sí, bueno, se murió un presidente de la universidad y te llamaron que había que cambiar la programación y poner música luctuosa todo el día.

Sí, es como el cliché. ¿Pero lo tuviste que hacer? ¿Lo hiciste?

Creo que se cambió. Sí, cambiaron la programación. Sí, porque cuando de allá arriba (Rectoría) llamaban y mandaban a pedir cambios, había que hacerlo. Por ejemplo, Iohan, producía una música que era moderna, electrónica, con unas melodías bien construidas porque no eran. O sea, que esta gente lo que quería era música clásica de Mozart, Bach, etc.

Y lo que estaba haciendo Iohan era música pop, pero con un “*feeling*” que era apropiado para lo que estaba sucediendo y también, hoy día se utiliza en todos los recesos de Semana Santa, Viernes Santo, Jueves Santo, lo que se escuchaba era Iohan y su música.

Camuñas, ¿Cómo se llegó a construir esa variedad de tener un bloque de música clásica, uno de música popular y otro de jazz? ¿Cómo se diseñó que hubiera diferentes bloques para diferentes gustos o para diferentes momentos de una persona que tiene múltiples gustos? ¿Cómo se diseñó la programación por bloque? ¿Cómo se crea esa combinación?

Era cuestión de darle variedad a la programación. ¿Cómo se crea esa combinación? Te digo, se me hace difícil contestar esto porque fue intuitivo, fue una cosa intuitiva. Lo que quería era que todo fluyera hacia lo otro, que no hace un cambio radical. Sino que haya un proceso. Que la música funcione, que no sea un “Shock” muy grande dentro de las transiciones de géneros en los programas. Llevar una programación que no choque, que fluya. Yo ni lo pensé. No. O sea, fue una cosa que para mí sonaba bien y lo hice. Pero, por ejemplo, música clásica también son las horas en que la gente escucha la emisora. Hay más gente escuchando que probablemente era la música clásica por la tarde, por la noche y la música más popular. Es que es difícil porque podría contradecirse también. Por ejemplo, el programa que tenía Iohan los sábados por la noche, yo no sentí que funcionaría durante el día. ¿Por qué? No sé, la intuición me lo dice, que era un programa para el sábado por la noche.

Pero podríamos decir que la estación va dirigida a las personas que tienen un gusto variado, que lo mismo pueden disfrutar esa música tropical que el jazz, que la música clásica, porque la gente tiene, como tú, un gusto variado.

Sí, porque la música tropical y el jazz, desde antes que empezara, la música ya es compatible por la manera como se hace la música. Entonces, no es nada raro que si yo pongo un programa de jazz y después uno de bomba puertorriqueña con influencia de jazz funciona

también. O sea, que la misión de nosotros de entretener y educar se cumple educándole el oído a la gente hacia una variedad de que yo pueda disfrutar tanto la clásica y a la vez disfrutar el jazz y a través del jazz, pueda aprender a disfrutar la música africana a través de las raíces.

Hay gente que no tiene oído para música. Hay gente que cree que están mucho más abiertos a la variedad. Hay gente que cree que hay tan solo un tipo de música. Por ejemplo, lo que está pasando con la música hoy día, por ejemplo, la llamada música urbana, descuida por completo la melodía y la armonía. Es una música que básicamente es un ritmo y con una letra que se repite y se repite y se repite. Si la música urbana cogiera la influencia de otros lugares o un poquito de influencia del Jazz, un poquito de Bossa Nova, sería mucho más interesante. Pero no sé, no sé. Mi forma de programar era una cosa intuitiva. Yo no lo pensaba dos veces, porque esto aquí o porque esto allá, que yo sé que va a sonar bien. Pero fue genial, es genial.

Pero los oyentes nuestros no es que fueran como tú, que tenían esa cultura musical y podían disfrutarlo a través de lo que tú implantaste. La gente pudo aprender a ser como tú y a abrir sus horizontes de entender la música. Por ejemplo, cuando yo hablaba con Ángel F. Rivera en los primeros dos días que yo fui allá porque él no quería que se pareciera en nada a WIPR, porque él venía de allí. (WIPR) Entonces yo le dije porque no puede manipular la música clásica, por ejemplo, en WIPR, son bastante limitados en la música porque no tocan prácticamente nada moderno.

En la música clásica de principios de siglo XX es bien diferente a la de Mozart, de Beethoven, y a la de Hayden, tú puedes tener un programa que lo hubo, que lo producía Roberto Sierra. Se me olvidó el nombre, pero era música clásica, contemporánea, moderna, que prácticamente yo no sé si se llegó a tocar en WIPR, pero yo nunca la escuché. Entonces, yo producía algo que se llamaba Concierto Pops, que es música clásica accesible a las masas porque cualquier música melódica con arreglos orquestales bien coloridos. Entonces, una

persona puede decirlo al silbar junto con la música en un programa como ese. Y el programa gustaba bastante. Era la música clásica modelada con lo que era la Boston Pops, que fue otra influencia de Boston que yo tuve. Por ejemplo, con la Boston Pops se escuchaba esa música más reciente, o música de antes, arreglada más modernamente también. Entonces, pues, es una música que se abre para presentarla de diferentes maneras. No es una cosa seria que había que estar ahí rígidos. Uno puede gozársela, silbar con la música, tocar el ritmo con la música.

Carlos, y el programa la Tercera Vertiente... ¿Cómo surge el programa la tercera vertiente?

La Tercera Vertiente, un programa más de los que produje dentro de la programación. Esto fue, quizás, un egoísmo mío porque es una fusión de la música contemporánea clásica con otros géneros, como con la música de jazz, música latina, con el folclor de algún país, y, pues, fue la música pop. Puede ser un poco más retante al oído, pero el que la escucha suficiente tiempo puede llegar a entender mejor y hasta puede gustarle. Yo nunca esperé que hubiera mucha audiencia a la Tercera Vertiente y nunca la hubo, pero por lo menos complacía un segmento de la audiencia que está buscando cosas audaces, que no se escuchan en otras emisoras o artistas que no son tan conocidos. Y yo pensé que valía la pena tener ese programa. Y no lastimaba, yo creo, a fin de cuentas, a la emisora. A mí me gustaba ese programa porque habría nuevas brechas y es algo saludable no rechazar a la otra gente. O sea, esta música clásica moderna puede mezclarse con la salsa, pues puede mezclarse con la música folclórica árabe, y en eso siempre es saludable porque lo que va a salir es lo mejor de las dos cosas, o tres o cuatro según las cosas que se estén mezclando. Así que yo admito que fue una cosa para satisfacerme yo, pero la gente llamaba.

Sí, sí. Tenía su audiencia, sí.

La gente llamaba y preguntaba; yo nunca había oído eso. ¿De quién era eso? Bueno, yo decía pues mira ese fue fulano y puedes conseguir el disco en tal o cual lugar.

¿Cuántos programas tú produjiste en la estación para Radio Universidad? Brasil en música, Latinorama. Empezando de adelante para atrás, Latinorama, Brasil en música, Música Cinematográfica, La Tercera Vertiente, Conciertos Pops.

Teníamos las grabaciones de los conciertos de la Sinfónica que me enviaban y hacía un programa semanal. ¿Cuál más? Desde el principio, Brasil en Música, Música

Cinematográfica, Grandes del Jazz que fue el primero de jazz, Hubo algunos que no duraron mucho, que quizá fue que yo mismo dejé de hacerlo.

Carlos, la emisora tiene cuarenta y dos años y en esos 42 años, aunque la programación ha ido variando, este estilo ecléctico que tú estableciste desde el principio ¿está ahí todavía? Un ejemplo, es que hay programas que nacieron con Radio Universidad y están al aire todavía. ¿Cuál debe ser el próximo paso? Mantenerlos o ir adaptándonos a los tiempos. ¿Cómo tú ves los próximos años de Radio Universidad?

Yo diría que hay que mantener eso, pero con los ojos siempre fijos con lo que está pasando con la música, estar al día con esa música y, si la puedes combinar de alguna forma una con otra, hazlo. Seguir a la par con el cambio que se da y no olvidar la música que quedó atrás que es buena también. Eso es lo que yo diría. Sí. Más o menos intercalando ya las nuevas generaciones, los nuevos músicos e ir intercalando ya los nuevos músicos, las nuevas canciones. Hay muchas más producciones nuevas de muchos de estos artistas.

Y, estar al día, pero yo creo que la fórmula básica es buena música presentada por alguien que conoce esa música. Eso es todo. No hay que buscar más nada. Yo con los productores de Radio Universidad, es decir, para que yo soy el director de programación si esto corre solo. Digo, con algunas excepciones que no quiero mencionar. Pero cuando tú logras eso, por ejemplo, cuando Errol Montes salió de la oficina, yo sabía que sí iba a

funcionar, imagínate como conocedor, tiene una colección de discos y es profesor de matemáticas. O sea, lo que hace Errol Montes son clases a cada programa de Rumba Africana es una clase sobre música africana, pero con una narrativa de alguien que la conoce, la conoce perfectamente y que no aburre. Siempre y cuando uno siga esa fórmula. Pues, por lo menos la gente va a estar escuchando, creo yo. Pero, estar pendiente de los cambios, por ejemplo, si yo hubiera sabido cuando empezamos que era con cinta “*Reel to Reel*” y lo que iba a venir después con la música digital, nunca se hubiera concebido eso. Y dentro de esa tecnología, pues ayuda en cierta forma, pero uno no debe prestarle atención a la tecnología nada más, la calidad de la música tiene que seguir también igual que antes.

¿Cómo te parece la integración que se hizo del bloque informativo, a ti te parece que es necesario o que la estación debería mantenerse como una estación musical?

No, no, hablando de la noticia. El bloque informativo de la tarde. El bloque informativo no lo he escuchado tanto, pero yo llegué a pensar en un momento dado que eran demasiados programas, luego mi percepción en el contexto y con gusto personal desde que yo me fui. Creo que lo que vino después, yo creo que se les fue la mano con los programas hablados. Hay algunos que no son tan buenos, por lo menos para mí.

En otras palabras, qué crees que debería mantenerse más como una emisora musical con su noticiario, que tiene, ¿verdad?, que tiene su propósito y ¿a lo mejor con un bloque informativo más limitado?

Ángel F. Rivera lo que me dio fue exactamente esa descripción. Que, Él lo que quiere, que ya tenían preparados unos programas hablados uno sobre deportes que él mismo iba a producir, pero que él concebía a WRTU cómo era una emisora musical. Darse número uno, música. Lo informativo, pues. Hay que tener noticias en algún momento y análisis de las cosas que están pasando en el país, pero se debe identificar más la emisora como musical.

O sea, que no se crean que hay como un melcoche a tiempo igual. Y yo sentía eso cuando ponía la estación y decía este, hablado, el otro hablado. Hace falta música aquí.

A juicio personal, ¿qué programas hablados crees que no están funcionando ya?

No recuerdo, algunos que recuerdo probablemente esos programas ya no están.

Hay demasiados. Hay algunos que yo no he escuchado con los programas hablados hay que tener cuidado y con los profesores de la universidad, porque hay muchos profesores que quieren. No lo quiero decir en voz alta.

Exposición...

Y aún más cuando las principales emisoras de Radio A.M. y F.M. tienen ese “Strip” de las tres a las seis de la tarde, bloques informativos y bloques de difusión que se centran más bien en política, ¿verdad? Pero a gente tiene muchas opciones, pero no tiene una buena opción musical a esa hora para hacer el famoso “Counter Programming” que aprendimos, que yo quiero que vayamos a eso también, donde tú tienes que darle una alternativa al oyente y más a un oyente sofisticado en su oído, porque tú lo has estado educando el resto de la programación, ¿verdad? Esa siempre ha sido mi opinión. No que no haya un bloque informativo por la tarde, pero yo entiendo que debe ser de una hora.

Pues yo estoy de acuerdo contigo.

Son tres horas corridas ahora mismo. Aunque sea bueno, uno quiere escuchar otra cosa. Y yo como oyente, prefería oír a Radio Francia o a la BBC de Londres o a Radio Nederland que, al programa de poesía, digo, que es muy respetable y todo, y tiene una historia brillante, pero como una realidad, con un programa y como alguien declamando es algo que a la inmensa mayoría de las personas no les gusta.

Al momento en que entró la invención de la radio digital, que salieron luego los canales alternos, ¿verdad? Yo tenía la ilusión en aquel momento de que se pudiera desarrollar las diferentes estaciones nuestras a través de la Internet y a través de esos canales digitales,

donde podía ver un canal para los programas informativos de tipo académico, un canal para música clásica exclusivamente. O sea, la visión de la estación no es lo mismo que la misión. La misión es una cosa y la visión es otra.

¿Porque los planes estratégicos son la base de que haya continuidad de propósito y que no lo haya? ¿Hace cuántos años no hacemos un plan estratégico?

Hace muchos años que no se hace un plan estratégico.

Exacto, no ha habido una continuidad administrativa, tampoco. ¿O sí? Tal vez la tecnología nos hubiera dado esa oportunidad de diversificar. Pero si yo fuera directora de programación trataría de volver a lo básico de la estación. ¿Que eso no atrae a las nuevas generaciones? Sí las atrae, atrae a personas especiales y por eso la estación no es una estación para los tres millones de residentes del país. Es un nicho, está diversificada. Es el primer programa informativo que se hizo en Radio Universidad, cuando yo entré, que producía Ángel F. Rivera era excelente. Se llamaba, Archivo Deportivo.

Entre otras cosas, tenía, además del archivo deportivo, era la cuestión histórica del deporte lo que hacía Ángel F. Noticias deportivas también. ¿Entiendes? Ahí tienen algo dentro del deporte, departamentalizado.

No sé. En todos sus programas hablados había uno que se llamaba La huella del hombre. Que producía un profesor de Humanidades, que yo se lo hecho a cualquier programa hablado no recuerdo cómo se llamaba el profesor.

Eso que tú dices de volver a los programas de antes, la verdad es que esos primeros programas hablados eran bien buenos, yo los escuchaba. Yo no soy muy de escuchar programas hablados honestamente, pero esos programas hablados, desde el principio, los encontraba interesante. Los programas que han estado haciendo más recientemente no motivan a uno.

Yo creo que tuvo mucho que ver la junta asesora que pusieron.

¿Hay una?

Hay una hace unos cuantos años, lo que pasa es que hay semestres que está activa, otros no van a las reuniones, pero por CPB se estableció hace unos años una Junta Asesora y esta Junta Asesora yo creo que influyó mucho en ir expandiendo esos bloques de noticias. Pero, en resumidas cuentas, ¿tú crees que la estación debería volver a convertirse en una emisora mayormente musical? y que siga con su formato ecléctico.

Siempre fue así. Todo el mundo sabía que Radio Universidad era una emisora musical. A lo mejor, con la combinación esa del Jingle. Todo un mundo de música e información.

El “jingle” está bien porque la información puede ser musical. **Pero, o sea, yo no le veo problema con eso, pero, la ejecución después los programas que se hacen finalmente como que algo pasa. Yo no sé por qué, en realidad. ¿Es el profesor que lo hace o cómo interactúa?**

Pero hay que me dice: “Sáqueme de aquí ya”.

A mí me hace falta música. Sí, que pongan música.

Es cierto. Sería algo bueno decir volver al principio y cogerlo de ahí otra vez.

Y las colaboraciones que se hacían antes eran buenísimas con “Radio Bilingüe” todo eso se fue abandonando.

Ya no hay relación con nada de eso.

Y se pudiera volver. Nosotros tenemos hace unos años, un programa que se llama Desde la Torre y va antes, a las ocho, después de noticias y desde la pandemia, se dejó de hacer y ahora se hace dos veces en semana, un día es internacional y otro día es de actualidad política, ¿verdad? Y lo hacen por teléfono. Tienen muy buenos recursos y un buen programa de discusión, pero no hay música de 8:00 am a 9:00 de la mañana. Sigue la oferta informativa dos días a la semana. Pero, hay que rescatar un programa de música puertorriqueña. El bloque de música en la mañana es bien importante.

¿Por qué es importante ese bloque musical que empieza desde las seis de la mañana hasta el mediodía?

Por la continuidad y que la gente sabe qué va a esperar.

Ok, vuelvo e insisto. Nosotros hemos tenido la oportunidad, tú muchísimo más que yo, pero yo me cuento también, en que tuvimos una carrera larga en un solo sitio y lo vimos desarrollarse y la institución invirtió mucho dinero y mucho tiempo en educarnos. A través de que tú eras un espíritu libre, tú no tenías que llegar y producir, producir, producir. Tú tenías tiempo para estudiar, para escuchar, para leer, interactuar con el mundo de la música, con el mundo del cine. También tuvimos la oportunidad de recibir adiestramiento de modelo exitoso de estaciones públicas en los Estados Unidos, que nosotros pudimos ir a actividades y compartir con gente que tenía un formato exitoso o recibir visitas para adiestramientos, ¿verdad? ¿Que cómo lo hacían en otras estaciones públicas?

Yo creo que la clave del éxito fue que aprendimos, pero adaptando lo aprendido a una realidad cultural completamente diferente. Porque la isla es una cosa y el “Mainstream” es otra. De esas cosas que aprendimos, están la programación en bloques, como diseñar esos bloques, la programación del “Counter Programming”, esa programación alternativa. Si todo el mundo está dando noticia, yo estoy dando música. Cuando todo el mundo está dando salsa, yo estoy dando otra cosa. Nosotros aprendimos a entender que la radio era una telaraña con muchas, muchas, muchas opciones. O por lo menos creo. Y que, de esa telaraña, tenían que haber opciones para todo el mundo. Pero la estación que tú diseñaste no fue una estación para todo el mundo. No tenía que ver con intelectualidad ni con el nivel económico. Tenía que ver con intereses culturales. Tú puedes ser un pelao y puedes haber aprendido a escuchar multi géneros y puedes tener un doctorado y lo que te gusta es el reguetón.

Pero de esa de esas cosas que aprendimos a través de los consultores y de esas oportunidades que tuvimos de viajar y ver otras cosas...

¿Qué tú crees que fue lo mejor que pudimos integrar de lo que aprendimos allá? A la programación.

Yo creo que podríamos decir, por lo que he hablado contigo tantos años, lo de los bloques y lo de la programación alternativa, horarios alternativos. ¿Te acuerdas cuando nos dieron la clase de “Quilt Programming”?

El “Quilt”. Que la programación era un “cuilt”. Aprendimos que se programaba como si fuera para televisión, por programas, no como la radio normal que tiene un “discjockey” [dj] que tiene Carlos Camuña de 6 a 12 de la mañana y ahí él pone todo lo que es. Si no que salíamos por programas como “los Catchers” del “cuilt”.

¿Te acuerdas de eso?

Pues, yo me acuerdo de haber hablado eso contigo muchísimas veces, pero es verdad lo que estoy diciendo. Eso fue una estadounidense que vino y estuvo mucho tiempo con nosotros. Una que vino de programación varias veces acá con Carlos.

¿Tú te acuerdas de los “cultos” para arroparse? ¿“Quilt”? Que es parchos cómo hilvanan esos parchos.

Yo lo que me acuerdo es del día aquel en Nuevo México el momento que fue interesante allá quedaron locos con nosotros. No sé si se ayudó a la programación como tal, pero fue interesante ver lo que hacían otros.

Tuvimos esas oportunidades. Pero, la clave está en lo que tú dices. Yo pienso que, cada vez que lo pienso, me doy cuenta de que es así, que volver a donde se quedó, que nosotros sabíamos que había mucha gente escuchando y volver al principio otra vez.

¿Y cómo atraer a esa generación un poco más joven que no sabe, que le puede gustar Radio Universidad?

Bueno, como dije al principio, había gente que sencillamente no tienen oídos para la música y son los que van a las actividades estas por una razón social y no para mejorarse, apreciando la música y siempre van a haber de los jóvenes muchachos que pueden apreciar cosas como que la hacíamos nosotros en Radio Universidad. Va a ser difícil porque ahora la música es unidimensional, ahora tan difícil de apreciar, pero, definitivamente, es cuestión de presentarle esa música para que la conozcan. Siempre he pensado que la facultad de la universidad tiene la clave.

¿Te acuerdas cuando los profesores obligaban a los muchachos a escucharnos? Yo creo que es importante que la misma facultad ayude a motivar a esos estudiantes a escuchar lo que es Radio Universidad. Y los mismos profesores el profesor tiene que ser alguien que le guste la oferta musical de Radio Universidad, llevar la emisora, también, dentro de las mismas facultades, lo podemos hacer en el Centro de Estudiantes como, por ejemplo. Puede salir un buen plan que podemos presentar. Sabes, que COPU se unió hace poco a la Escuela de Ciencia y Tecnología Pasó, hace como tres semanas, COPU pasó a ser una facultad, la Facultad de Comunicación e Información. Eso lo comenzó Eliseo. Eso, le tomó muchísimos años a Eliseo. Él fue el que empezó eso de pedir que COPU pasara a ser una facultad. Lo lograron ahora hace como tres semanas.

Yo no sé francamente si yo soy la mejor persona para estar opinando. Lo mío es básicamente intuitivo, yo no analizo tanto las cosas.

Perfecto. ¿Carlos yo quiero añadir algo, cuando tú llenaste esta solicitud y fuiste a la entrevista con Ángel F. Rivera, la estación no había salido al aire todavía, ¿verdad?

No, eso fue en el año 1979.

¿Un año antes?

Casi un año antes. Había que preparar la programación para la apertura.

¿En dónde te hicieron la prueba de locución?

En el que era el control principal.

¿En el edificio la Monserrate? ¿Ya estaba el edificio montado y ya estaban los estudios y equipos montados?

Sí, ya estaba el edificio seleccionado.

¿Ya los equipos se estaban instalando y todo?

Estaba sí. El equipo estaba ahí. Lo que hacía falta era preparar la programación.

¿Y quién te adiestro o enseñó a ser técnico?

Eso fue mirando y aprendiendo. Había uno de los primeros técnicos que se llamaba Eddie, me enseñó mucho. Él venía de emisoras comerciales. Pero, sí, fue aprendido allí, mirando. Estaba todo preparado ya; el estudio grande, el estudio pequeñito que estaba en la entrada principal, el control estaba en el otro cristal de adentro. Al lado de noticias, Buenos tiempos esos.

Carlos, y entonces, ¿tú llegaste y al poco tiempo llegó Fidel Arocho?

Yo no recuerdo si había estado aquel día conmigo. Yo he tenido sueños. Estoy reviviendo eso y está Fidel ahí. Pero yo creo que no. Yo creo que llegó después.

¿El primer director fue Ángel F?

Sí, Ángel F. Rivera.

Y luego que se fue don Ángel F., ¿quién vino a dirigir?

Uno que era empleado de carrera, Carlos Colón Torres.

¿Empleado de carrera de dónde? ¿Era empleado de carrera de la emisora, de la Universidad o de la administración?

Había estado dirigiendo otras oficinas de la administración.

Lo asignaron a la radio, lo que me gustaba de Carlos Colón Torres es que obviamente no sabía mucho sobre radio, pero era un buen administrador e identificaba bien a los que podían ayudar.

¿Era un administrador?

Exacto. Entonces se dio cuenta de que yo sabía de música y me llamaba mucho a la oficina y me hacía preguntas.

Después de Carlos Colón Torres, ¿quién fue el que vino a dirigir?

Vino otro empleado de la universidad que trabajaba en arquitectura y era fotógrafo, el señor Reynaldo Tirado. Ninguno de los dos estuvo mucho tiempo. Luego Rafael Gracia Machuca. Le siguió Nora Soto Ramírez para el año 2000. Luego, María del Rosario Meléndez por poco tiempo también. Directora también llegó Laura Candelas, Yolanda Zabala, el doctor Jimmy Torres, Wanda Aponte (de forma Interina), la doctora Rosa Delia Meléndez (de forma Interina), y al presente, el doctor José Ortiz Valladares.

¿Cuántos años estuviste trabajando en Radio Universidad?

Yo empecé en el año 1979, un año antes para que abriera la estación en el año 1980. De ahí hasta Cuando me jubilé, en el año 2015.

No los he contado bien. ¿Son cómo 35 años?

Gracias a Dios que me tocó eso, la verdad que fue una experiencia. No me arrepiento ahora que estoy aquí, rememorando. Cuando miro para atrás, puedo decir que me alegro de haber estado 35 años en Radio Universidad. Porque aporté algo, hice algo.

Ciertamente dejaste una huella que nadie va a borrar.

Todavía hay gente que me llama. El celular mío debe estar por algún sitio, cuando la gente llama, me está pidiendo referencias sobre Brasil en Música o por Latinorama, el técnico: Sí, sí para Carlos Camuña y yo aquí con dolor de barriga. Yo pregunto quién es y me dicen; Ay, yo soy el que ha estado escuchando Latinorama. Mira, yo me jubilé hace quince años. Pero, yo los ayudo. Pero sí, todavía me llaman los oyentes de Radio Universidad.

Nos haces mucha falta Carlos, tus programas aún están vigentes.

Gracias. Yo los echo de menos a ustedes también, pero como que encontré que ya había aportado lo que iba a aportar. Claro, ya yo no puedo volver a la radio. Si me dijeran ahora mismo: Mira, vuelve a la emisora y sigue haciendo el programa de Latinorama y Brasil en Música. Yo ya no puedo, porque yo no puedo escuchar música. Estoy sordo y lo que escucho es una cosa disonante.

**Gracias Carlos por la entrevista y por todos los años dedicados a Radio
Universidad.**

B. Análisis de la programación radiofónica y del perfil de los programadores radiales de Radio Universidad de Puerto Rico.

A continuación, se analiza y evalúa la programación de Radio Universidad de Puerto Rico y el perfil de programador radial de los entrevistados, siguiendo el modelo de Izquierdo Castillo (2016).

i. Evaluación de la programación de Radio Universidad de Puerto Rico

A través de las entrevistas en profundidad realizadas a Julio Torresoto, Rosa Alers Ramos y Carlos Camuñas Castro, se detalla a continuación los puntos de confluencia respecto a la tradición de la programación radiofónica de Radio Universidad de Puerto Rico.

En primer lugar, todos coinciden en que la programación de RUPR toma el modelo de programación de los Estados Unidos. Carlos Camuñas menciona que el modelo utilizado en su época como director de programación es, específicamente, el de la WBUR, en contraste con WIPR (modelo que se ha querido evitar). Con respecto a las características del modelo, todos concuerdan en cuanto a la variedad que ofrece RUPR, que la distingue de otras estaciones y que responde al modelo estadounidense. Camuñas agrega otra característica elemental: los expertos.

Por otro lado, caracterizan la programación. Mencionan: Hablar en lenguaje musical; lograr que los distintos tipos de música fluyan, sin cambios repentinos, como un proceso, como un arco iris; mezclar es saludable; la fórmula básica es buena música presentada por expertos que conoce esa música, estar pendiente a los cambios; darle una alternativa al oyente (contraprogramación), de escuchar algo distinto; programación planificada, según costumbres, estaciones del año, por temporadas, según horarios. Cuando hacen referencia a la audiencia de RUPR, destacan la misión de la radio de educar, por lo que los oyentes acaban siendo una audiencia educada y resaltan que son personas con gusto por la variedad musical.

Con respecto a la renovación de la programación, se cree que es buena, aunque no esencial.

Sí resulta importante no repetir programas, pero todos encuentran que el futuro exitoso de RUPR depende de la aplicación del modelo con estilo ecléctico que se instauró desde sus inicios.

En lo que atañe al asesoramiento externo del coordinador de programación, todos coinciden que, siempre y cuando no se busque imponer ideas, resulta positivo, de acuerdo con la idiosincrasia de RUPR, que valora la variedad y, por consiguiente, los distintos puntos de vista. En cuanto a las falencias detectadas, se ha resaltado que RUPR no cuenta con un plan estratégico ni con una visión a largo plazo definida. Además, se ha desplazado de cierta manera la música que históricamente la ha caracterizado y se han perdido colaboraciones. No se han encontrado disidencias entre los entrevistados.

En el análisis general de las entrevistas, la siguiente tabla resume las variables identificadas en este estudio exploratorio, a ser consideradas en futuras investigaciones:

Tabla 4

Variables para analizar el modelo de programación radiofónica de RUPR.

Modelo para la programación	Modelo estadounidense. Modelo WBUR.
Características del modelo	Variedad y expertos.
Características de la programación	Hablar en lenguaje musical; lograr que los distintos tipos de música fluyan, sin cambios repentinos, como un proceso; mezclar es saludable; la fórmula básica es buena música presentada por alguien que conoce esa música; estar pendiente de los cambios; darle una alternativa al oyente (contraprogramación), de escuchar algo distinto. Programación arco iris, planificada, según costumbres, estaciones del año, por temporadas, según horarios.
Audiencia de RUPR	Educada. Personas con gusto variado.
Programas que siguen el modelo	Grandes del Jazz, Brasil en Música, Música Cinematográfica, Rumba Africana, Socio Salsa, Alborada, Mundofonías.
Misión de RUPR	Entretener y educar. Informar.

Renovación de la programación	Es bueno, aunque no esencial.
Asesoramiento externo del coordinador de programación	Puede servir por la variedad de los gustos, gente con diferentes campos de acción y de intelectualidad, si son personas con mente abierta.
Falencias de RUPR	No hay un plan estratégico (visión); muchos programas hablados, se perdieron colaboraciones, como el noticiero en cadena.

Fuente: elaboración propia.

Partiendo de esta base, realizando un análisis de la programación de acuerdo con las características básicas del modelo de radio pública de Izquierdo Castillo (2016), se llega a la siguiente tabla:

Tabla 5

Características del modelo de radio pública y programas de Radio Universidad de Puerto Rico en los que se hallan presentes.

Características	Nombre de programas	Total programación
Predominio de la planificación cultural en el diseño de las parrillas.	Jazz en Seis Cuerdas Rumba Africana Música Mundi Música cinematográfica Voz y cultura Desde la Torre Estelar	13
	Hilando fino Alborada Cantar América Clásico Cantar América Dominical Brasil en Música Son de Cuba Son del Caribe	

Establecimiento de una dieta equilibrada entre los diferentes géneros y contenidos.	1, 2, 3 Probando A la poesía Ani-manía Apúntalo Arquitectura hoy Desde la Torre Estelar Ecotono Educación al aire Foro colegial Hablando Derecho Hasta las piedras hablan Hilando fino Hoy en las noticias La vía pública Los 5 sentidos Negras Notas desconocidas Radio Francia Internacional Voz y cultura Alborada Ambos a dos Beat Street Radio Derecho a la música Nocturno Millenium Mundofonías Música cinematográfica Música franca Música Mundi Putumayo World Music Hour Que la música te acompañe Sarabanda Te doy una canción	33
Búsqueda de técnicas de programación basadas en la rentabilidad social del medio.	Frecuencias Alternas	1
Consideración de las minorías como público.	Negras Marhaban Cüirtopia	3

Fuente: elaboración propia en base al modelo de Izquierdo Castillo (2016).

Los resultados se representan a través del siguiente gráfico:

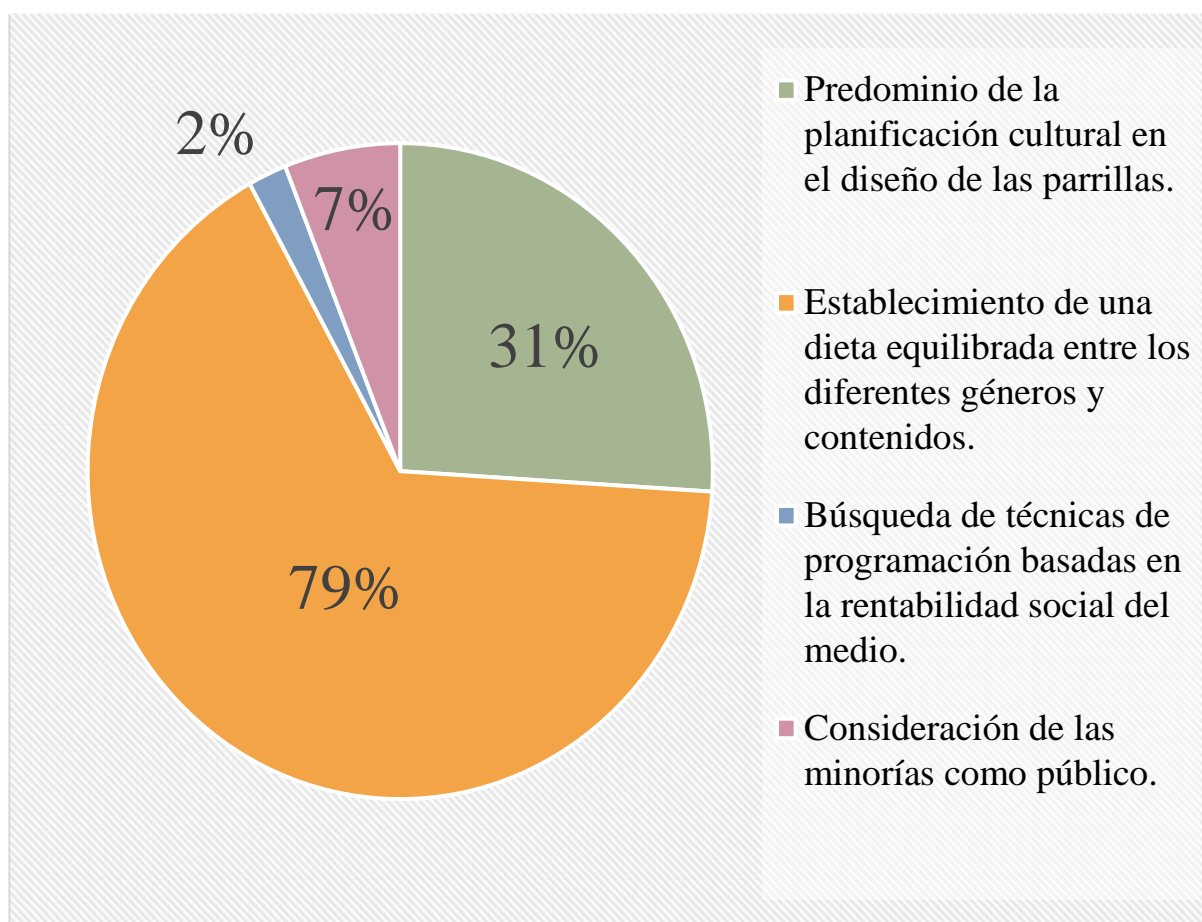


Gráfico 1. Programas de Radio Universidad de Puerto Rico que cumplen con las características del modelo de radio pública de Izquierdo Castillo (2016). Fuente: elaboración propia.

En la representación gráfica, se aprecia una dieta equilibrada entre los diferentes géneros y contenidos. Es el punto fuerte dentro de las características de Radio Universidad de Puerto Rico que responden al modelo de radio pública de Izquierdo Castillo (2016), siendo que el 79% de los programas cumplen con esta característica. En este punto, género y contenido fueron considerados componentes interdependientes, puesto que el género se define según el contenido del programa.

Luego, el 31% de los programas cumplen con el predominio de la planificación cultural en el diseño de las parrillas. Esta característica es la segunda más fuerte de la programación

de Radio Universidad de Puerto Rico, que se identifica con una programación que vela por la educación y trabaja desde el compromiso social.

Por otro lado, de los 42 programas analizados y ubicados en la tabla, 8 de ellos comparten las dos características anteriormente mencionadas, representando el 19% del total.

La diversidad y la planificación cultural distinguen a Radio Universidad de Puerto Rico.

En lo que respecta a la consideración de las minorías como público, el 7% de los programas analizados se dirigen a una minoría. Dentro de este porcentaje se encuentra el programa “Negras”, dirigido a la comunidad de mujeres afroboricuas, el programa

“Marhaban”, dirigido a las comunidades árabes y musulmanas, y el programa “Cüirtopia”, dirigido a la comunidad LGBTTTI+. Si bien el porcentaje es mucho menor al que ocupan las características anteriores, es destacable, dado que muchas radios no cuentan con ninguno.

Por último, la característica referida a la búsqueda de técnicas de programación basadas en la rentabilidad social del medio se presenta en el 2% de los programas examinados, siendo el punto que menos se manifiesta en la programación de Radio Universidad de Puerto Rico.

Es destacable que todas las características del modelo de radio pública de Izquierdo Castillo (2016) se encuentran representadas en la programación de Radio Universidad de Puerto Rico.

ii. Evaluación del perfil de programador radial de los entrevistados

Con el fin de observar si la manera en que los directivos de programación entrevistados definen sus funciones y obligaciones de acuerdo con el perfil del programador radial, elaborado por Izquierdo Castillo (2016), utilizando la planilla propuesta por la autora, se empleó una planilla por cada directivo entrevistado.

Tabla 6

Evaluación del perfil de programador radial de Julio Torresoto de acuerdo con el modelo de evaluación de Izquierdo Castillo (2016).

Funciones y obligaciones del programador	Ejemplos de la entrevista
Definir los marcos que establezca una audiencia en un medio determinado para un mercado dado (fijar el <i>target</i> al que hay que dirigirse).	<p><i>“Hay que tener el pulso en el pueblo al que tú le estas sirviendo. ¿A qué altura está sirviendo y a quien tú quieres agradar y atraer?”.</i></p> <p><i>“...un programa llamado <i>Qué tal Amigos</i>, porque era destinado a servirle a los trabajadores agrícolas, de modo que era un programa particularmente para gente del campo de Puerto Rico, y se entrevistaba en la finca”.</i></p> <p><i>“los trabajadores agrícolas que regresaban a Puerto Rico. Ese público ya no estaba ahí, pero descubrí que había estudiantes de español. Había profesores de español, había gente viviendo de diferentes países de Latinoamérica y le fue dando un giro adaptado a ese público”.</i></p> <p><i>“...a la gente que no le gusta la música clásica, un Wagner digamos...”.</i></p> <p><i>“...uno le da la herramienta al público y es muy muy difícil porque digamos, si le dedicas a una parte de la sociedad, solamente, no da servicio a otra parte de la sociedad”.</i></p> <p><i>“...ahora, con la pandemia, está la gente en la casa, los que trabajan por teletrabajo o remoto, los estudiantes... Ese público ha cambiado ¿cómo servirle a ese público que es diferente?”.</i></p>

Evaluar el potencial comercial de los programas y servicios disponibles en cada momento.

“...se regalaban caramelos y cositas para atraer al público con un loco comercial invitando al público a ir a participar inaugurando las gasolineras en todo Puerto Rico”.

“... ¿Qué se le puede ofrecer que no ofrezcan las demás emisoras comerciales? ¿Qué reguetonero está haciendo cosas interesantes y se sale de lo común?”.

“Una de las cosas que yo quise hacer y llegó a funcionar un tiempo corto era que el noticiario de Radio Universidad, fuera una cadena...”.

“...había cierta timidez en las emisoras de educativas, vamos a llamarle como se llama las emisoras de Servicio público, con cierta timidez, con proyectarse en los medios comerciales, en los medios de publicidad, en los medios, hacer ruido. Pero por otra parte era importante porque tiene que atraer público”.

“...desde que llegué a trabajar ahí, imagínate que yo, con mentalidad comercial, porque yo vengo de una emisora comercial, (...) Yo tuve que vender anuncios. Inclusive, había productores independientes que vendían anuncios para poder hacer sus programas pagaban su espacio al aire. A veces estaban un año, a veces estaban tres meses dependiendo de lo que cada uno pudiera vender en el pueblo, a veces podían vender uno que otro anuncio”.
“Yo lo hacía porque cuando me tocaba redactar y yo no lo hacía tan directo y yo no decía: “compren”; decía: “adquiera”, ni reciba, ni vale. Cincuenta y cinco centavos. Y, “le damos tres por un dólar”.
Hay una forma de llevarlo con elegancia, pero hay una timidez...”.
“Un día me llama Joaquín Mouliert para grabarle unos comerciales y yo le digo a Joaquín; no te voy a cobrar, tu cobra al cliente, pero yo no te voy a cobrar, pero, me vas a pagar cantando y escribiéndome una decimitas para el tema de un programa que estoy inventando en radio universidad. Fuimos al estudio y Joaquín vino con el tema de radio universidad, canta Joaquín Mouliert y lo hice por intercambio, fíjate que era un dinero que a la larga yo le aportaba a radio universidad un dinero que yo dejé de ganar en un comercial”.

“...mi plan era poner notitas en los periódicos de radio universidad y buscar la cooperación de algunos amigos de la prensa”

“un medio te ayuda al otro y tú haces cine y alguien te ve en cine y oye tu voz en radio”.

<p>Saber dónde encontrar los programas necesarios para conformar la planificación diseñada: • Ordenando la realización de producciones propias. • Negociando la adquisición de producciones ajenas.</p>	<p><i>“...había todo ese sube y baja, entonces una de las cosas que empezamos a trabajar fue tratar de reorganizar que las ofertas fueran un poco más afines en términos de lo que era su secuencia, en lo que iba un programa detrás del otro”.</i></p> <p><i>“En nuestra estación Radio Universidad, tenemos variedad de productores como programas al aire, llegan los disqueros y hablan con los diferentes productores y eso se puede prestar para intercambios de diferentes cosas”.</i></p> <p><i>“... ¿cómo creerán que llego Tite Curet Alonso a la emisora? Fui yo. Y trabajo que me costó llevar a Tite, ya que en una época tuvo unos problemas en su carrera, y lo sabía por la gran amistad que hubo entre él y yo, y cuando nos reunimos para convencerlo, y para trabajar como voluntario, me dio gracia porque llegamos a un restaurant y Tite me invitó a almorzar, y yo le digo: “pero el que está invitando soy yo, te quiero convencer para que produzcas un programa”.</i></p>
<p>Hacer la rejilla, seleccionando el horario y orden más conveniente de la emisión de programas, mostrando conocimiento de la competencia y la definición de imagen y discurso propio.</p>	<p><i>“Se estudian las costumbres, y lo hice como te dije de Massachusetts, de acuerdo con las estaciones del año. Por temporadas. Un programa diseñado para el (tapón) congestión vehicular, como no se puede ver la televisión manejando, es la mejor oportunidad para hacer un buen programa a las 4:00 pm, a las 5:00 pm. a las 6:00 pm. En las mañanas para despertar puedes diseñar una programación alegre, deseoso despertar alegre pero no con música estridente, ni ruidosa, no exagerar”.</i></p> <p><i>“Carlos Camuñas iba identificando, de acuerdo con el programa, se los distribuía a los productores. Para mantener la pureza y ética de los procesos con relación a los productores y a la programación”.</i></p> <p><i>“...nosotros teníamos una programación bastante balanceada. Yo hice dos cambios a la programación y era toda planificada y me sentaba con Rafael Gracia y con varios, a estudiar y eso yo no lo aprendí así porque sí, yo no lo inventé...”.</i></p> <p><i>“Si tú le sueltas la mañana a la gente que no le gusta la música clásica, un Wagner digamos, lo va a resentir lo va a quitar no lo oye, pero tú los vas llevando poco a poco”.</i></p> <p><i>“Si a usted le gusta mucho, mucho, la música clásica, tanto así como la ópera, óigala en su casa. A mí me encanta y yo la oigo en privado”.</i></p>
<p>Participar en la autopromoción.</p>	<p><i>“Yo siempre les dije que por qué diariamente en el periódico no podíamos tener en alguna página que no fuera tal vez ni grande, pero que dijera toda la programación diaria. Un ejemplo los lunes, pues todo lo que iba a pasar el lunes en diferentes horarios de la estación y martes, pues la programación del martes”.</i></p>

Controlar la continuidad.	<p><i>“...observa el arcoíris, ¿notas cómo van los colores van armonizando y van cambiando de tonos hasta que se va convirtiendo en otro tono? Si tú le sueltas la mañana a la gente que no le gusta la música clásica, un Wagner digamos, lo va a resentir lo va a quitar no lo oye, pero tú los vas llevando poco a poco”.</i></p> <p><i>“...vas llevándolos poco a poco a lo más popular, o sea, no hacer la transición violenta...”.</i></p> <p><i>“...buscaba que la novela armonizara en la programación con otra novela de radio...”.</i></p> <p><i>“...en una programación saludable me parece que debe haber más de una persona que mire más allá, aportando ideas”.</i></p> <p><i>“Pero yo no sé qué tan difícil puede ser hacer eso, porque logramos tener un intercambio con el Nuevo Día por mucho tiempo. Luego se cayó. No sé qué fue lo que pasó, porque ese es el problema, tampoco les dan seguimiento a las cosas”.</i></p>
Evaluar los resultados de audiencia conseguidos.	
Cumplir con la normativa legal.	<p><i>“Hubo una época, que la FCC, no permitía a las emisoras de servicio público hacer comerciales. (...) Luego eso cambió, la Comisión Federal de Comunicaciones... No son reglas tan severas. No son leyes, es un código de conducta de vigilar más la estación. Ya cambió y ya se les permite a las emisoras de servicio público (...) hacer como un comercial”.</i></p> <p><i>“...nosotros tenemos unas limitaciones con relación a recaudo de fondos entre otras cosas, pero hay muchas maneras en las que se puede hacer”.</i></p>

Fuente: elaboración propia.

Julio Torresoto realiza numerosas referencias al conocimiento del público objetivo, de la audiencia. También aporta todo su conocimiento desde lo comercial, que ha adquirido por su versatilidad laboral y sus años de experiencia en distintos ámbitos. Demuestra con ejemplos que sabe dónde y de qué manera buscar nuevos programas y cómo planificar la programación radial. En cuanto a la planificación de la rejilla, menciona distintos ejemplos que demuestran cómo ha seleccionado horarios y el orden más conveniente de los programas.

Si bien no hace referencia explícita a la autopromoción, menciona una idea de utopromoción, recurriendo a los periódicos. En lo que respecta al control de la continuidad, en numerosas oportunidades explica cómo lograr el “arcoíris” de programación,

concatenando los distintos programas de forma armónica. Además, también hace referencia a la continuidad entre una gestión y la otra, comentando que es pertinente que aquellas iniciativas de los productores que son funcionales a la radio se mantengan con el tiempo. No se hizo en la entrevista una mención explícita a la evaluación de resultados de audiencia conseguidos, a pesar de que la audiencia es un tema recurrente y muy valorado. En cuanto al cumplimiento de la normativa legal, se realizan acotadas menciones.

Tabla 7

Evaluación del perfil de programador radial de Rosa Alers Ramos de acuerdo con el modelo de evaluación de Izquierdo Castillo (2016).

Funciones y obligaciones del programador	Ejemplos de la entrevista
Definir los marcos que establezca una audiencia en un medio determinado para un mercado dado (fijar el <i>target</i> al que hay que dirigirse).	<p>“... ¿por qué pienso que eso trae mayor audiencia? Porque la gente va a empezar a hablar, los líderes, la gerencia y el talento hay que moverlo...”.</p> <p>“...a la audiencia la tienes que ir a buscar, pescarla, ves, en el mar de todas las audiencias tú tienes que buscar de ahí y traerlos para acá”.</p> <p>“...las estaciones no compiten solamente con lo que tu pensarías es una audiencia tradicional de radio, no, tú compites con la misma gente que está viendo televisión, que tú los puedes mover de televisión a radio”.</p> <p>“...para la audiencia latinoamericana, particularmente puertorriqueña, de la zona este de los Estados Unidos”.</p> <p>“...tener ofertas diferentes para la audiencia que está en crecimiento y para los que están produciendo y generando programas, intercambio”.</p>

Evaluar el potencial comercial de los programas y servicios disponibles en cada momento.

“...el proyecto más importante que yo trabaje durante ese periodo de tiempo fue el diseñar un reloj para tener oportunidades de poder insertar cunas, pausas, para poder tener pausas, tanto comerciales como de promoción...”

“...las estaciones públicas sí tienen esa oportunidad de buscar colaboraciones, buscar otras personas, incluir esos otros proyectos...”

“...brindar la oportunidad de que, teniendo esas cunas, se pudieran insertar auspicios, porque ya desde el momento en el que yo llego, el objetivo principal era buscar que la estación pudiera ser autosuficiente a través de recursos externos...”

“...tuvieron que empezar ajustarse a eso, y es lo que le da la oportunidad de poder entrar con recursos, de manera que pudiera llegar dinero nuevo, dinero no vinculado al presupuesto oficial de la universidad y que diera más libertad a poder sostener y mantener la estación”

“...hay un elemento básico que tiene que ver con presupuesto, porque en esta vida para hacerlo todo hace falta dinero, ¿verdad?, presupuesto, pero la estación, en mi apreciación, debería tratar de incorporar una mayor presencia participando de eventos, coauspiciando, saliendo de los muros de la universidad, tratar de desarrollar proyectos fuera, que la gente sepa que la universidad de Puerto Rico tiene una estación de radio...”

“...hay que buscar presencia en otros medios tradicionales, como los periódicos, de una forma agresiva...”

“Aquí, en Puerto Rico, nosotros tenemos una gran situación, y es que nosotros tenemos una gran cantidad de radio emisoras extraordinarias...”

“Otra forma es tener presencia más agresiva en las redes”

“...desarrollar un plan muy estructurado y organizado de presencia (...) porque es más económico, porque no es poner un anuncio. El anuncio lo tienes que pagar... No. Es presencia, usando un plan de medios donde tú incluyas esa presencia, buscando que sea costo efectivo, para que empiece a escucharse el nombre de Radio Universidad y la gente se empiece a mover, a buscar...”

“...hay que sentarse y trabajar un plan buscando que sea costo efectivo, porque yo sé que la estación no tiene el dinero para pagar”

“Se requiere sentarse y hacer un plan concienzudo donde se utilicen los recursos que existen, porque la estación requiere presencia en redes, pero presencia todo el tiempo, no de un programa, es de la estación”

Saber dónde encontrar los programas necesarios para conformar la planificación diseñada:

- Ordenar la realización de producciones propias.
- Negociar la adquisición de producciones ajenas.

“La estación había ido desarrollando una personalidad aural diferente, y había una serie de productores que hacían sus programas y la estación tenía una programación muy mixta, que era parte de esos proyectos que ya existían y lo otro era programación que recibíamos a través de satélite...”

“El proyecto Canta Pueblo fue un proyecto que inicialmente lo trabajé porque teníamos su precursor, que era Música Popular Puertorriqueña, y ese programa tenía unas muy grandes posibilidades, porque lo veíamos como un programa muy susceptible a nosotros poder insertarlo al proyecto de satélite Radio Bilingüe...”

“Entonces nosotros hicimos el acercamiento al productor Roberto Guzmán Delerme (...) y nos movimos a la otra productora que teníamos, (...) y pues, Brunilda García Ayala trabajó el proyecto”.
“...deberíamos movernos a otras colaboraciones, no solamente estar escuchando siempre lo mismo que nosotros hacemos, que es bueno, pero es que hay que traer otras cosas para saber qué más está pasando en el mundo, para insertarnos en el concierto del resto de los países, para nosotros dar de lo nuestro y recibir de lo que los otros países tienen, no solamente lo que nosotros hacemos, todo el tiempo...”

Hacer la rejilla, seleccionando el horario y orden más conveniente de la emisión de programas, mostrando conocimiento de la competencia y la definición de imagen y discurso propio.

“...yo, que escucho la estación ahora, 21 años después, todavía, básicamente, la estructura que se mantiene es la misma, que son tres pausas, la hora, una cerca de los 20 minutos, una cerca de los 40 minutos y la otra a los 58 minutos aproximadamente. Hay algunos programas que tienen otras entradas, pero, básicamente, si tú observas, ese es el patrón que más o menos se sostiene”.

“Yo pienso que en este momento deberían tener una oferta noticiosa en la tarde, yo pienso que en la tarde también se debe abrir una ventana para noticias, no necesariamente tiene que competir con las ofertas tan dura que tienen las estaciones comerciales a partir de las

5:00 de tarde, pero si una edición a las 4:00 de la tarde puede ser un espacio que pudieran ocupar para noticias”.

“...la estación comenzaba a funcionar a las 6:00 am y terminaba de transmitir a las 10:00 pm, en aquel tiempo. Entraba y salía en programación de satélite, programación en inglés, particularmente música clásica... Entraban propuestas de programas nuestros...”

“No estar atados a nada, sino, todo lo que pueda complementar a una oferta que sea más enriquecedora y sea, como dice el slogan, Todo un Mundo de Música e Información”.

“...las estaciones no compiten solamente con lo que tu pensarías es una audiencia tradicional de radio, no, tú compites con la misma gente que está viendo televisión, que tú los puedes mover de televisión a radio”.

Participar en la autopromoción.	<p><i>“...insertar en el satélite para nosotros convertirnos en productores de información, no era cambiar la programación regular que recibía nuestra audiencia, pero si tener una vertiente adicional que fuera del sistema del satélite y entonces tener dos plataformas”.</i></p> <p><i>“una de las formas para uno romper el insularismo es exponerte y participar”.</i></p> <p><i>“...eso es otra cosa hay que trabajar con los productores. No es mi programa, es la estación. Ejemplo: vamos a inventarnos que hay un programa que se llama Salsa de Tomate en la estación, para no hablar de ninguno, bueno pues, no es Salsa de Tomate, escucha Salsa de Tomate, es Salsa de Tomate de Radio Universidad”.</i></p>
Controlar la continuidad.	<p><i>“...la estación debe mantener la pasión, debe mantener el compromiso de ofrecer música e información para el mundo”.</i></p>
Evaluar los resultados de audiencia conseguidos.	<p><i>“...para el año 1999, como para principios o mediados, nos dieron nuestro primer resultado. En aquel entonces los números reflejaban 50 mil de audiencia”.</i></p> <p><i>“...saber que tiene resultado, indistintamente de lo que digan los resultados de las encuestas de audiencia”.</i></p>
Cumplir con la normativa legal.	<p><i>“...la estación Radio Universidad (...) está limitada con todas las normativas que tiene la universidad y el gobierno. Eso es un libro casi del tamaño de la biblia, de “no harás”, Pero, dentro de las pequeñas puertas, tratar de moverse para que la gente sepa que sí hay una estación en la universidad que es diferente...”.</i></p> <p><i>“...en aquel entonces iba en una relación continua un programa detrás del otro y no había pausas, solamente la pauta de la identificación por ley de la hora en punto”.</i></p>

Fuente: elaboración propia.

En la entrevista a Rosa Alers Ramos, el punto más fuerte es el desarrollo de un modelo comercial. Toma muy en cuenta el potencial comercial de los programas y comprende que la radio pública necesita de financiamiento y que ese financiamiento debe salir a buscarse. Hace distintas menciones a la audiencia, entendiendo la necesidad de delimitarla, de encontrar el público objetivo. Demuestra pericia para encontrar los programas necesarios para conformar la programación y ordenarlos. En la confección de la rejilla, hace referencia a horarios y a una planificación más conveniente para la emisora. Menciona explícitamente la necesidad de autopromoción. En cuanto a la continuidad, no se refiere a la continuidad entre los programas, aunque hace una mención a cierta continuidad en el espíritu

de la radio con el pasar del tiempo. Conoce resultados cuantitativos de audiencia conseguidos. Alude a la normativa legal, nombrando leyes específicas.

Tabla 8

Evaluación del perfil de programador radial de Carlos Camuñas de acuerdo con el modelo de evaluación de Izquierdo Castillo (2016).

Funciones y obligaciones del programador	Ejemplos de la entrevista
Definir los marcos que establezca una audiencia en un medio determinado para un mercado dado (fijar el <i>target</i> al que hay que dirigirse).	<p><i>“...podríamos decir que la estación va dirigida a las personas que tienen un gusto variado, que lo mismo pueden disfrutar esa música tropical que el jazz, que la música clásica, porque la gente tiene, como tú, un gusto variado”.</i></p> <p><i>“...por lo menos complacía un segmento de la audiencia que está buscando cosas audaces”</i></p> <p><i>“...un oyente sofisticado en su oído...”.</i></p> <p><i>“...siempre van a haber jóvenes muchachos que pueden apreciar cosas como las que hacíamos nosotros en Radio Universidad”.</i></p>
Evaluar el potencial comercial de los programas y servicios disponibles en cada momento.	<p><i>“Había uno de los primeros técnicos que se llamaba Eddie, me enseñó mucho. Él venía de emisoras comerciales”.</i></p> <p><i>“El jingle está bien porque la información puede ser musical”</i></p> <p><i>“Y las colaboraciones que se hacían antes eran buenísimas, con Radio Bilingüe, todo eso se fue abandonando”.</i></p>
Saber dónde encontrar los programas necesarios para conformar la planificación diseñada: <ul style="list-style-type: none"> • Ordenando la realización de producciones propias. • Negociando la adquisición de producciones ajenas. 	<p><i>“...está el caso de Errol Montes y el programa de Rumba Africana. Ese programa comenzó porque Errol Montes llegó a la emisora quejándose de que habíamos cancelado un programa que teníamos llamado Afro Pop (...) mientras escuchaba hablar a Errol Montes, me daba cuenta de que este hombre es un experto en música africana, conocedor y tiene muchísimos discos. En vez de estar quejándose ahí, debería estar produciendo un programa de música africana”.</i></p> <p><i>“Lo mío es básicamente intuitivo, yo no analizo tanto las cosas”.</i></p>

Hacer la rejilla, seleccionando el horario y orden más conveniente de la emisión de programas, mostrando conocimiento de la competencia y la definición de imagen y discurso propio.	<p><i>“...esta música clásica moderna puede mezclarse con la salsa, pues puede mezclarse con la música folclórica árabe, y en eso siempre es saludable porque lo que va a salir es lo mejor de las dos cosas”.</i></p> <p><i>“...la fórmula básica es buena música presentada por alguien que conoce esa música”.</i></p> <p><i>“No que no haya un bloque informativo por la tarde, pero yo entiendo que debe ser de una hora”.</i></p>
Participar en la autopromoción.	<p><i>“Y llevar la emisora, también, dentro de las mismas facultades, lo podemos hacer en el Centro de Estudiantes, por ejemplo”.</i></p> <p><i>“Yo tenía la ilusión en aquel momento de que se pudiera desarrollar las diferentes estaciones nuestras a través de la Internet y a través de esos, canales digitales, donde podía ver un canal para los programas informativos de tipo académico, un canal para música clásica exclusivamente”.</i></p>
Controlar la continuidad.	<p><i>“¿Por qué es importante ese bloque musical que empieza desde las 6 de la mañana hasta el mediodía? Por la continuidad y que la gente sabe qué va a esperar”.</i></p> <p><i>“Que la misión es una cosa y la visión es otra. Porque los planes estratégicos son la base de que haya continuidad de propósito y que no lo haya”.</i></p>
Evaluar los resultados de audiencia conseguidos.	<p><i>“...estar pendiente a los cambios...”.</i></p> <p><i>“...esta música clásica moderna puede mezclarse con la salsa, pues puede mezclarse con la música folclórica árabe, y en eso siempre es saludable porque lo que va a salir es lo mejor de las dos cosas, o tres o cuatro según las cosas que se estén mezclando”.</i></p> <p><i>“Que la música funcione, que no sea un shock muy grande dentro de las transiciones de géneros en los programas. Llevar una programación que no choque, que fluya”.</i></p>
Cumplir con la normativa legal.	<p><i>“...no es nada raro que, si yo pongo un programa de jazz y después uno de bomba puertorriqueña con influencia de jazz, funciona también”.</i></p>

Fuente: elaboración propia.

Carlos Camuñas no se centra en un tema particular, su entrevista es más omnicomprensiva. El control de la continuidad puede considerarse el punto más fuerte en su exposición, tanto en lo que respecta a la continuidad en la programación, procurando “mezclar” el contenido, como aquello relativo a la continuidad de propósito, pensando en la programación radial como un plan estratégico a largo plazo, que va más allá de los

productores, que los trasciende. Tiene conocimientos sobre los segmentos de la audiencia y sobre la mejor forma de confeccionar la rejilla. Menciona formas de autopromoción y evalúa el potencial comercial de la radio. Describe su forma de encontrar los programas y el contenido como “intuitiva” y enumera ejemplos. Alude a programas que “funcionan” o no, pero no sugiere explícitamente una evaluación de resultados de audiencia. No nombra ningún punto asociado al cumplimiento de la normativa legal.

Capítulo 5

V. CONCLUSIONES

Para concluir este trabajo, luego del análisis detallado de la programación radial de Radio Universidad de Puerto Rico y de los perfiles de sus directivos de programación, se retoma primera pregunta de investigación planteada al inicio, en la cual se postulaba: ¿atiende la programación de Radio Universidad de Puerto Rico el modelo público de la programación radial elaborado por Izquierdo Castillo (2016)? Tras la realización del estudio, puede afirmarse que la programación de Radio Universidad de Puerto Rico atiende el modelo público de la programación radial elaborado por Izquierdo Castillo (2016).

En cuanto a la segunda pregunta de investigación, que indagaba: ¿en qué manera los directivos de programación definieron sus funciones y obligaciones, acorde con el perfil del programador radial elaborado por Izquierdo Castillo?, considerando las evaluaciones de los perfiles programadores, se afirma que los directivos de programación entrevistados definen sus funciones y obligaciones de acuerdo con dicho modelo.

A partir de las entrevistas y análisis de la programación de Radio Universidad de Puerto Rico concluimos que la programación de Radio Universidad de Puerto Rico se caracteriza por tener una emisión radiofónica equilibrada entre los diferentes géneros y contenidos radiales. Posee programas específicos pensados para las minorías y se destaca por una oferta muy diferente a lo que habitualmente se encuentra en cuanto a contenidos radiales.

Posiblemente, dentro del modelo de radio pública, el punto más débil de la programación de Radio Universidad de Puerto Rico es la búsqueda de técnicas de programación basadas en la rentabilidad social del medio. Muchas veces, la programación es más intuitiva que técnica, aunque respeta el modelo de radio pública de los Estados Unidos. Sin embargo, a pesar de la falta de tecnicismo, la rentabilidad social está contemplada, puesto que, en términos de SROI (Retorno Social de la Inversión, por sus siglas en inglés), la oferta distintiva de Radio Universidad de Puerto Rico tiene un gran impacto social, desde su rol

educativo. Educa desde lo cultural en general y desde lo musical en particular, instruyendo a sus audiencias, ofreciendo un contenido de calidad que cultiva su entendimiento, discernimiento, intuición y pericia.

Las entrevistas realizadas a tres históricos directivos de programación de Radio Universidad de Puerto Rico comprueban que sus perfiles como programadores radiales incorporan todos los elementos primordiales que se consideran para la dirección de una radio pública. Poseen un acabado conocimiento de los segmentos de audiencia a los que se dirigen, definiendo los marcos para identificar el público objetivo y así pensar en los contenidos apropiados para ellos; evalúan el potencial comercial de los programas y comprenden la importancia de la autopromoción; y conocen el modo de hallar y dar un orden a los programas, de modo que el diseño de la planificación de la programación radial es estratégico. Además, tienen una mirada global que procura la continuidad, tanto entre los programas y sus contenidos como entre las diferentes gestiones, comprendiendo que la radio es más que las personas que la hacen, que el todo es más que la suma de las partes y que la armonía se encuentra en esta continuidad.

Los puntos más débiles que se encontraron, siguiendo el modelo de Izquierdo Castillo (2016), refieren a la evaluación de los resultados de audiencia y al cumplimiento de la normativa legal. Esto se explica por la idiosincrasia misma de la Radio Universidad de Puerto Rico, más intuitiva y menos técnica. Cabe señalar que, a pesar de que las entrevistas no han girado específicamente en torno a estos puntos, eso no significa que no se cumplan. La normativa legal puede cumplirse de manera consuetudinaria, sin la necesidad de que los directores de programación hagan hincapié en ella. En cuanto a evaluar los resultados de audiencia, a pesar de que las referencias en las entrevistas son escasas, todos mencionan los programas que funcionan y aquellos que no. Esto, en conjunto con el acabado conocimiento de los públicos, advierte que los programadores se encuentran atentos a lo que sus audiencias

quieren, desean, aprueban o desaprueban. Finalmente, como oportunidad de mejora, podría considerarse la incorporación de técnicas de programación científica que permitan ordenar el trabajo a largo plazo, además de almacenar digitalmente la información necesaria para la conservación de la historia de Radio Universidad de Puerto Rico.

VI. REFERENCIAS

- Alvarado Castillo, V. (2008). Streaming para un entorno de aprendizaje en línea. *Revista Espiga*, (16-17), 285-298. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=467847230017>.
- Araya Rivera, C. (2004). Cómo planear un programa de radio. *Revista Educación*, 28(1), 191-200. https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/view/2828/pdf_12.
- Araya Rivera, C. (2016). La radio estudiantil como estrategia didáctica innovadora. *Actualidades Investigativas en Educación*, 17(3). San José de Costa Rica. Universidad de Costa Rica: Instituto de Investigación en Educación. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/aie/v17n3/1409-4703-aie-17-03-00135.pdf>.
- Arraut Camargo, L. C. (2010). La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (69), 22-41. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20619966002.pdf>.
- Barrón, A., (2010). Radio pública y radio comercial, principales diferencias. *Radio Cabeza*. <https://cantopoesia.wordpress.com/2010/09/29/radio-publica-y-radio-comercialprincipales-diferencias/>.
- Bolseguí, M., & Fuguet Smith, A. (2006). Cultura de evaluación: una aproximación conceptual. *Investigación y Postgrado*, 21(1), 77-98. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65821104>.
- Buendía Astudillo, A. y Pino Correa, J. C. (2021). Radio local, opinión pública y participación ciudadana. *Signo y Pensamiento*, 27(52), 84 - 96. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4580>.
- Collins, G. W. (2001). *Fundamentals of digital television transmission*. Wiley – IEEE.
- Colón Zayas, E. (2020). Medios de comunicación en Puerto Rico, tecnologías y narrativas de tres siglos. *Enciclopedia Puerto Rico*. Fundación Puertorriqueña de las Humanidades. <https://enciclopediapr.org/content/desarrollo-de-los-medios-de-comunicacion/>.

- Gross, B., Gross, L., & Perebinosoff, P. (2005). *Programming for TV, Radio, and the Internet: strategy, development, and evaluation*. London, United Kingdom: Taylor & Francis Ltd, 2nd revised.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación, sexta edición*. México: McGraw Hill Education.
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Izquierdo Castillo, J. (2016). *Teoría de programación de radio y televisión*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Lamadrid Aguilar, E. R. (1995). *La industria cultural de las comunicaciones en Puerto Rico: reconstrucción histórico-testimonial de la gestión empresarial de Ángel Ramos*. Tesis Doctoral. Facultad de Comunicaciones e Información. Universidad de Puerto Rico.
- Larson, M., Soleymani, M., Gravier, G., Ionescu, B., & Jones, G. J. (2017). The benchmarking initiative for multimedia evaluation: MediaEval 2016. *IEEE MultiMedia*, 24(1), 93-96. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7849098>.
- Lazo, C. M., & Pena, D. M. (2014). *Investigación en radio universitaria: Presente, pasado y futuro*. *Edmetic* 3(1), 8-25. <http://hdl.handle.net/10396/11667>.
- Marciniak, R. (2017). El benchmarking como herramienta de mejora de la calidad de la educación universitaria virtual. Ejemplo de una experiencia polaca. *EDUCAR*, 53(1), 171-207. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=342149105010>.
- Martell Gámez, L. (1997). *Hacia una definición de Radio Pública*. En: *Investigación de la Comunicación: México en los albores del siglo XXI*. México: AMIC.
- Muñoz Aguirre, N. A. (2011). El estudio exploratorio. Mi aproximación al mundo de la investigación cualitativa. *Investigación y Educación en Enfermería*, 29(3), 492-499. Colombia: Universidad de Antioquia.
<https://www.redalyc.org/pdf/1052/105222406019.pdf>.
- Oliva, J.C., Cerna, K.A., & Ortiz, J.C. (2018). *Medición del rating: seminario de graduación para optar al título de licenciados en mercadotecnia*. Facultad de Ciencias

Económicas, Departamento de Administración de Empresas, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAM – Managua.

<https://repositorio.unan.edu.ni/8723/1/18775.pdf>

Rendón-López, L., & Ortega-Carrillo, J. (2018). Evaluación de la calidad de programas de radio universitaria. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 151-175.

Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6254608>

Rivera Soto, O. (2007). Análisis de las colecciones Tommy Muñiz y CEDME de la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras como recursos de información a la comunidad académica. *Tesis para obtener el grado de Maestro en Ciencias de la Información*. Río Piedras: Universidad de Puerto Rico.

Sabés Turmo, F. (2005a). La radio en Puerto Rico: emisoras musicales, religiosas, generalistas y el sector público alternativo. *Ámbitos*, 14: Universidad de Sevilla, España. Recuperado de: https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/67830/revista-comunicacion-ambitos-13-14_331-348.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sabés Turmo (14, 15 y 16 de marzo del 2005b). Cadena Radio Universidad De Puerto Rico: Una Oferta Cultural, Alternativa Y De Servicio Público Para Todo El País. *II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*. Universidad de Granada.

Valenzuela González, J. R., Ramírez Montoya, M. S., & Alfaro Rivera, J. A. (2011). Cultura de evaluación en instituciones educativas: Comprensión de indicadores, competencias y valores subyacentes. *Perfiles educativos*, 33(131), 42-63.

Warren, B. M. (2008). Introducing and implementing a new media knowledge management plan for public radio program directors. University of Pennsylvania, Philadelphia, Pennsylvania, EE. UU.

VII. APÉNDICES

Apéndice 1: Biografía de Julio Torresoto

Julio Torresoto es actor y productor. Nació el 14 de septiembre de 1934 en Guayanilla, Puerto Rico. Inició su carrera en la década de 1950, antes de completar su educación superior. Tenía apenas 15 años cuando incursionó en el teatro, en la obra “La dama duende”, una producción estudiantil del Departamento de Drama de la Universidad de Puerto Rico, que reclutaba estudiantes interesados en una carrera artística.

Dos años después, ocupó el puesto de locutor oficial de WKAQ Radio El Mundo, con sólo 17 años. Luego, entre 500 producciones realizadas en los Estados Unidos, ganaría el primer premio de la Corporación para la Difusión Pública en Washington como productor de radio, con el programa “Qué tal, amigos”, originado en Amherst, Massachusetts.

En 1952 debutó en el teatro profesional, con la obra “Palm Sunday”, en inglés. Esta incursión lo llevaría por el área del arte histriónico.

Interpretó numerosas obras de teatro en distintos países y llegó al cine. Fue parte del elenco de “Tres vidas en el recuerdo”, que se considera uno de los primeros largometrajes de corte comercial que se hicieron en Puerto Rico. También actuaría en “El gallo pelón” y en “Machuchal”, entre otras producciones cinematográficas.

Con su participación en el film “Atrapados”, ganó en 1980 Medalla de Plata en el Festival Internacional de Houston, Texas, por su labor como actor y guionista. También recibió Mención de Honor por el dibujo animado “Regresaré” en el Festival Internacional de Chicago. Además de otras tantas obras de teatro, fue actor de varias telenovelas.

También se dedicó a difundir la poesía de Luis Palés Matos y organizó un espectáculo poético sobre la vida y obra del reconocido poeta, conjugando el uso de la poesía, la música y los elementos audiovisuales mediante un documental.

Apéndice 2: Biografía de Rosa Alers Ramos

Rosa Alers Ramos es natural de Isabela, Puerto Rico. Ostenta un grado doctoral de la Universidad de Puerto Rico, del programa de historia, Su especialidad es en el área de investigación académica, precisamente en la radio como un instrumento para propuestas de discurso de cambio social. En su vida profesional, ha tenido la bendición de poder trabajar en distintos campus del área de comunicación, tanto en relaciones públicas, publicidad, periodismo, televisión, radio, todo eso a través de los años más álgidos en lo que es cambio en tecnología y en perspectivas de discurso en lo que son los medios de comunicación. Ha tenido la oportunidad de poder aprender mucho sobre eso y a través de la docencia porque también colaboró en el área docente de los programas de comunicación de la Universidad de Puerto Rico, recinto de Arecibo y el recinto de Carolina. Comparte todo lo aprendido con las nuevas semillas que están ocupando los espacios del mundo de la comunicación en Puerto Rico.

Apéndice 3: Biografía de Carlos Rafael Camuñas Castro

Carlos Rafael Camuñas Castro es un productor que comenzó en la estación de radio antes de su apertura, siendo estudiante de la Escuela de Comunicación. Nació en Fajardo, Puerto Rico, en el año 1951.

Hijo de Carlos Rafael Camuñas Soto-Gras, director de Geigy Pharmaceutical y Margarita Castro Mendoza, maestra de escuela elemental. Realizó sus estudios superiores en la Universidad de Puerto Rico recinto de Río Piedras: el Bachillerato en Humanidades, concentración en Música y la Maestría en Comunicación concentración en Cine.

Actualmente, es Director Musical de WRTU-FM (Radio Universidad de Puerto Rico), donde produce el programa semanal, Música Cinematográfica. Ha sido compositor para "The Bell" (Noel Quiñones), "Desamores" (Edmundo Rodríguez), "Las Dos Caras de Jano"(Edmundo Rodríguez) y "Entre los Dioses del Desprecio"(Alfredo Rivas), "The Face at Window" (Radamés Sánchez), "Celestino y el Vampiro"(Radamés Sánchez) y "El Detective Cojines" (Radamés Sánchez).

Carlos Camuñas fue nuestro director de programación, fue el productor, mantenedor y locutor de sus programas:

- Latinorama, música variada de jazz tropical.
- Brasil en música, música variada con lo mejor de los intérpretes de la música de Brasil.
- La Tercera Vertiente, música clásica contemporánea.
- Música cinematográfica, lo mejor de la música de las películas de todos los tiempos.
- Pasaporte Musical, música del mundo de todos los géneros y lugares.