

**GESTIÓN DE LA RADIO DESDE EL QUEHACER COMUNICACIONAL EN
TIEMPOS DE POSPANDEMIA****Danfny Velásquez Sosa¹****Resumen**

El artículo tiene como objetivo describir la gestión de la radio, desde el quehacer comunicacional, en tiempos de pospandemia. Es producto de un estudio documental de su historia contemplando la primera, segunda y tercera generación. la idea es destacar en cada caso, logros y limitaciones. Se puede concluir que su modelo matricial de gestión estratégica, de puertas abiertas y pasión por la radio como mecanismos institucionales han permitido crear un sistema de calidad con sostenibilidad en permanente desarrollo. Esto desde la gente que hace radio en tiempos de pospandemia.

Palabras Clave: Comunicación, Gestión, Radio.

Abstract

The article aims to describe the management of the radio, from the communicational task, in post-pandemic times. It is the product of a documentary study of its history contemplating the first, second and third generation. the idea is to highlight in each case, achievements and limitations. It can be concluded that its matrix model of strategic management, open doors and passion for radio as institutional mechanisms have allowed the creation of a quality system with sustainability in permanent development. This from the people who do radio in post-pandemic times.

Keywords: Communication, Management, Radio.

¹ Especialista en Derecho Penal Internacional. ULAC. danfny15@gmail.com. <https://orcid.org/0000-0002-7450-520X>



Introducción

La radio desde todos los tiempos ha sido un icono de referencia desde la mirada de la información en base a la comunicación, para todos los gustos. Para los valencianos escuchar la radio, es algo necesario para que todos sepan ¿Que está pasando? Por tanto, la manera cómo surge la institucionalidad es un estilo particular: “amor y pasión en la comunicación”. No es hacer radio para ganar un salario, es amar con música, es denunciar con el informativo a diferentes horarios y disfrutar del deporte con cada trasmisión.

En este caso el referente obligado es Radio América, en adelante (RA) en Carabobo, orgullo de todos los venezolanos, con 78 años en el aire, es la única emisora declarada patrimonio cultural de la ciudad, primer lugar de sintonía, en marzo de mil novecientos noventa y ocho hace ya veintitrés años. Cabe destacar, que la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural introdujo algunas novedades, como la de incluir la noción de patrimonio cultural, en relación con el viejo concepto de patrimonio histórico y artístico. Por tanto, el artículo forma parte de una serie de reflexiones sobre la radio y cómo es su gestión en el contexto de pospandemia.

Se estructura en varios temas: en su primera parte, plantea la retrospectiva sobre RA, La Onda de la Alegría, como patrimonio cultural. En la segunda, aborda el modelo matricial de gestión estratégica en la radio. La mirada desde el talento humano se aborda en la tercera parte; seguidamente, transmitir en tiempos de

pandemia y pospandemia como cuarta parte; para esbozar unas ideas finales a manera de conclusión.

Retrospectiva sobre Radio América como patrimonio cultural

Hablar de la Radio América, la Onda de la alegría, parte de la poca existencia de antecedentes. Sin embargo, para 1998 Luis Cisneros y Wilmer Hernández en su libro Aires de Radio, reseña la historia de una emisora líder en la audiencia carabobeña. La radio, tenía un gran estudio y un magnifico auditorio para cien personas. Eso dice de la tradición y, del sentir en el entendido que se trabaja a “puertas abiertas” inculcando la formación a los trabajadores.

Termina el citado autor diciendo que podrán cambiarse muchas cosas en Radio América, inclusive los propietarios. Pero jamás se podrá borrar la huella de su conductor, con su estilo particular, el estilo de Manolo Fachín. Para esta fecha se reseña al nuevo propietario de la radio, Arturo del Valle.

Este relato, apunta hacia la visión de patrimonio cultural desde los lazos de proyección de un icono comunicacional no solo por su gente sino porque el anclaje del hacer de la radio y como se difunde en el día a día del valenciano. La esencia es escuchar esa radio específica cuyo atributo es estar al aire y cubrir los gustos del radioescucha que según cuenta actualmente Thomas Morales con más de cuarenta y dos años en la radio, tuvo sus inicios en el modelo de radio progreso en Cuba.

Entre las entrevistas a diferentes personas que hicieron vida desde los inicios de Radio América, cuentan que en la época del gobierno de Pérez Giménez, el padre Heredia estaba ubicado en el pueblo de guácara, desde la iglesia, además del sermón dominical, siempre exponía los sufrimientos de la comunidad y a través de un parlante salía a las calles para pedir por su pueblo, comentarios estos que llegaron a oídos del Presidente Pérez Giménez, tomando muy en serio el presidente lo que significaba la iglesia para el pueblo, se vio en la imperiosa necesidad de llamarlo a Caracas para sostener una reunión donde le hablaría de darle la concepción de una radio para que desde allí diera parte de los problemas de la comunidad.

Es allí donde comienzan los preparativos para la instalación de la estación radial, se encuentra con el Dr. Manolo Fachin De Boni, quien era un conocedor de la feria taurina y a quien le atraía la radio, sin pensarlo se pusieron de acuerdo para ver donde se montaría la emisora, siendo instalada en la calle Girardot, donde estaba la propiedad de los Fachín, como la emisora Radio América AM 890. La radio dio sus frutos de satisfacción a la comunidad, se puede decir que quien visitaba la radio quedaba impresionado por el estilo con el que se trabajaba, se incentivó a la juventud sembrando la semilla del deporte.

Modelo matricial de gestión estratégica en la radio

Partiendo de la organización, como un sistema abierto capaz de interactuar e intercambiar información con su entorno, y como integrarse, así como

actualizarse, en función de los cambios entre el espacio y tiempo en los últimos años, la empresa RA, la Onda de la Alegría, tiene un modelo de organización que utiliza como motor de procesos comunicativo, la filosofía del líder de la excelencia.

A partir de esto, la organización es considerada un sistema social, dado que para su funcionamiento es necesario que intercambie información con las personas que la componen, a nivel interno y externo, coordinando su estructura con los objetivos y metas a cumplir; por ende en su **misión** en la que se destaca que R.A es un medio de comunicación con personal permanentemente capacitado, dirigido a informar, educar, entretener e innovar de manera interactiva y participativa y busca el rescate de valores y tradiciones creando sentido de pertenencia en la comunidad.

Por su parte, la **visión** es consolidar a R.A como el portavoz de los sueños, las angustias y los logros de la comunidad a la que sirve. Expandiéndose a otros medios con el uso de nuevas tecnologías de información y comunicación para garantizar el posicionamiento en el sector. Todo esto es posible con la filosofía del líder apasionado, buscando una alta motivación al logro, en efecto la visión estructural del “deber ser” en el diseño, desde los ejecutivo bajo la dirección de la alta gerencia y la ejecución de actividades a desarrollar, con la visión de la gestión posmoderna se proyectan los aspectos de planificar, ejecutar y medir, utilizando para esto al máximo las características de las personas.

En este marco de ideas se parte del concepto de la organización de gran audiencia, denominada gran emisora ya que se dirige a una población superior a

las 500 mil personas, la relación se basa en cuantos programas emite. En este aspecto es una radio de gran cobertura y que ofrece una programación generalista por el tipo de contenido que ofrece a los oyentes diferentes espacios: informativos, debates, tertulias, programas de entretenimiento, retransmisiones deportivas, musicales, entre otros.

Para llevar a cabo estas actividades la arquitectura organizacional parte del Consejo de Administración, en primer lugar, aquí se sitúan los propietarios de la emisora (representados generalmente por un Consejo de Administración). Este consejo es el que aprueba o rechaza los presupuestos o el que nombra los cargos de responsabilidad en la emisora. Adicional, se tiene el Director general y Director financiero por debajo del consejo de administración, Seguido del director general (nombrado, por el Consejo de administración). El director general lleva todo el peso de la emisora y debe cumplir los objetivos que el Consejo haya previamente establecido. El director financiero es el responsable de organizar y controlar la administración y finanzas de la empresa emisora.

Siguiendo el orden del organigrama se encuentran diferentes cargos con distintas funciones y responsabilidades, así está el director de programas, director de producción, responsable o jefe técnico, responsable o jefe comercial, y responsable de comunicación de la emisora o relaciones públicas, de los cuales a su vez dependen también otra serie de cargos de inferior categoría.

El director de programas es el encargado de coordinar todos los espacios que se producen en la emisora. De él dependerán, por ejemplo, los directores de los servicios informativos, de los espacios musicales y de los deportivos. Por su parte, el director de producción tiene la responsabilidad de organizar todas grabaciones y emisiones de anuncios, tanto promociones internas de la emisora, como publicidad exterior (comercial o institucional). Este, además, deberá trabajar estrechamente con los responsables comerciales o con los directores de programas.

La mirada desde el talento humano

Traducido en café, cuentos y dos generaciones en el Streaming con los protagonistas; en dos grupos; uno con transmisiones de más de cuarenta años ininterrumpidos en la radio como son: Reinaldo Vásquez Mieres, con su programa: Avances y prensa noti rápida. Alí Escorihuela, el más contemporáneo con Arturo del Valle, uno de los primeros locutores de la radio, tiene Fiesta criolla en América. Escucha tu melodía y el Mero, mero bolero ranchero y por supuesto el Noticiero de la mañana.

Ernesto Pérez, tiene el Casino musical y el Noticiero del mediodía, Por su parte, la segunda generación es: Gutiérrez Guzmán Osmer, con sus programas melocoló Billos y sus invitados, Francisco Párraga Avance de locutor y operador y Henry Rivero; Noticiero de las cinco junto con Osmer. Los triunfadores de siempre y el disco JIT de América.

Cada locutor, con su estilo particular, “amor y pasión en la comunicación” además de estar en RA tenían sus actividades laborales en otras instituciones, En Sanidad el Señor Ali y en el concesionario automotriz el Sr., Ernesto. De modo que la gerencia actual desde lo estratégico, mantiene la particularidad de cada uno de los integrantes que forman la gran familia Radio América y las demostraciones son sustentadas con los años de permanencia todo esto visto desde el concepto de una visión integral y completa en el análisis de una realidad que está presente desde lo humanístico que permea todo lo que afecte al ser perse, es decir, lo interno y lo externo.

Como lo reseña López Cruz (2014) destacando su valor simbólico identitario, que establece el protagonismo en la relación de las personas con lo patrimonial y no sólo en el elemento en sí mismo, que se relacione con una educación patrimonial deseable. El aporte más destacado es el valor simbólico-identitario relacionado con un sentimiento otorgado por la sociedad a un bien.

Transmitir en tiempos de pandemia y pospandemia

Para nadie en el mundo ha sido fácil la pandemia, trabajar en tiempos de la Covid-19 que afecta de distintas maneras en función de cada persona, pero ir a la radio es arte, es música, es espectáculo, es historia, es recreación es diversión es un cumulo de actividades que permiten drenar las tensiones, el estrés, el aplauso. En síntesis, un antídoto contra la depresión, la angustia y el miedo a la ausencia, ir

a la radio es una invitación a construir un mundo más justo y saludable tras la pandemia de COVID-19, con el mejor de los acompañamientos.

La mirada al futuro, se sustenta en el logro de los objetivos propuestos en el desarrollo de productos específicos como son: (a) La concreción del libro, que lleva por título “la historia de RA contada por sus propios protagonistas; (b) la escuela de locutores; (c) la formación de operadores, con el objetivo de arraigar la tradición; (d) la gestión social; (e) el programa académico de práctica profesional articulado con la Universidad de Carabobo y (f) proyectar un museo como parte de la gestión estratégica establecido para fortalecer el patrimonio cultural de Radio América en Valencia, estado Carabobo.

Todo esto en un ambiente, totalmente contemporáneo en cuanto a la infraestructura con amplias salas de trabajo, entre las que se cuenta las cabinas de programación, las salas de entrevistas, sala de espera, sala de reuniones. En fin, oficinas totalmente adecuadas a las exigencias del siglo XXI, con talento humano de cuatro jóvenes profesionales dentro de la rama, con no más de 25 años para el proyecto de las nuevas generaciones.

Todo apunta hacia un binomio emergente en el sector de las políticas culturales, porque solo partiendo de la apropiación por parte de la ciudadanía de los valores culturales inherentes a los bienes patrimoniales puede vislumbrarse un horizonte de sostenibilidad en la gestión de los mismos.

Conclusiones

La experiencia en cuanto a la retrospectiva sobre RA, La Onda de la Alegría, como patrimonio cultural, invita a trabajar en el cumplimiento hacia lo universal ya que se tiene nombramiento local del patrimonio cultural permite alcanzar la meta UNESCO formas de vida y maneras de ser y el legado que se deja a las generaciones futuras, de modo que la solicitud es hacia el patrimonio cultural intangible, constituido, entre otros elementos, por la poesía, los ritos y los modos de vida.

Respecto al modelo matricial, para reforzar la estructura organizacional, hay que ejecutar en el diseño la descripción de cargo en los procesos desde el organigrama, para evaluar la figura existente y las nuevas gerencias de acción hacia el logro de objetivos a cubrir en función de los tiempos, en cada actividad o proyecto a ejecutar en pro del bienestar de la comunidad interna y del entono en función del alcance.

Se espera avanzar en la generación del futuro las perspectivas son que nazcan de la formación en la radio. Lo humanista porque RA tiene la particularidad de recibir de sus dueños la ilusión de hacer la radio lo mejor. Siempre con el pensamiento de Aristóteles el todo es mayor que la suma de las partes. Implica tocar las fibras de todos los que hacen vida en la radio, no solo los que enamoran con su voz, los locutores de ayer y de hoy sino, detrás de los micrófonos, lo administrativo, financiero en fin toda la familia.

El futuro de RA La onda de la alegría se parece mucho a otras emisoras en Latinoamérica como la de Perú y la de Cuba, sus formatos desde lo epistemológico son semejantes. Sin embargo, la ruta de la radio, en valencia estado Carabobo, seguirá con su estilo particular, único y añorado por los valencianos, icono de este estado y con proyección tanto nacional como internacional.

Referencias

- Cisneros. L et al. (1998). **Aires de Radio Artículos**. Valencia: Radio América. La onda de la Alegría.
- Figueroa, R. (1997). **Qué onda con la radio**. México: Alhambra
- Fontal, O; Ibañez-Etxeberria, A. y Martín. L. (Coords.) (2014). **Reflexionar desde las experiencias. Una visión complementaria entre España, Francia y Brasil**. Actas del II Congreso Internacional de Educación Patrimonial. Madrid: IPCE/OEPE.
- González, L et al. (2013). **Diseño de una serie de libros fotográficos que fomenten el Patrimonio cultural intangible religioso del estado Zulia dirigido todo público**. Venezuela
- Pérez J. (2003). **Gerencia en acción. Liderazgo, comunicación y organización**. Valencia: Universidad de Carabobo.