



LA RADIO

en

CUBA

Oscar Luis López



LA RADIO
en **CUBA**

LA RADIO
en

CUBA

Oscar Luis López



Primera edición: 1981
Segunda edición corregida: 1998
Tercera edición: 2002

Edición: Radamés Giro
Dirección artística y diseño: Alfredo Montoto Sánchez
Ilustración de cubierta: Omar Alonso
Corrección: Alicia Díaz Varona
Composición computarizada: Ana María Yanes Suárez

© Oscar Luis López, 1981
© Sobre la presente edición:
Editorial Letras Cubanas, 2002

ISBN 959-10-0763-9

Instituto Cubano del Libro
Editorial Letras Cubanas
Palacio del Segundo Cabo
O'Reilly 4, esquina a Tacón
La Habana, Cuba

E-mail: elc@icl.cult.cu

PRELIMINAR

Toda la historia de la radio cubana, desde sus balbuceos iniciales hasta los días de la victoria revolucionaria, está en este libro. Y lo está vívidamente y con tal relieve, a mi entender, porque su autor ha sabido conjugar admirablemente la grande con la pequeña historia; lo esencial e insoslayable con el detalle pequeñito en apariencia, pero que es a menudo el único capaz de proyectar luz esclarecedora sobre determinados acontecimientos.

Por haber sido testigo o actor de una parte considerable de lo que constituye materia de este libro, el testimonio que nos entrega llega hasta nosotros con la lozanía de las vivencias perdurables, la frescura de lo que tuvo lugar en un ayer cercano, pero siempre enriquecido y avalado por el relieve afilado del documento que lo sustenta y da fe.

Con precisión minuciosa, Oscar Luis López va situando sus recuerdos, armándolos acordadamente, ajustándolos en tiempo y espacio, equilibrándolos. Como la omnipotencia es un mito imposible, abandona la primera persona cuando el hecho a recrear no cuenta entre sus vivencias. Pero ni supone ni imagina cuando una laguna en su texto le sale al paso, porque no pretende, ni quiere, novelar, disimuladamente o no, la historia. ¿Acaso no está allí, a su lado, el fabuloso archivo de historia y de pequeña historia, que ha ido celosamente reuniendo a través de muchos años? La prueba documental establece entonces lo ocurrido, sus consecuencias, sus reflejos.

El investigador ha ocupado por un momento el lugar del cronista y la verdad no ha perdido nada en el trasiego.

Todo el libro ha sido construido obedeciendo a este lineamiento rector: vivencia, o documento que le equivale. Pero, afortunadamente, la labor del cronista es muchas veces más amplia que la del investigador, aun cuando éste se mantenga siempre entre bastidores, con las pruebas al canto de las vivencias.

Dijérase que desde el momento en que el autor penetró en el pequeño mundo de la radio cubana, su propósito, consciente o no, fue el de hacerse un día su historiador: las imágenes evocadas son algo más que recuerdos añejados por el transcurrir del tiempo, que se extraen penosamente de la memoria. Estas imágenes han sido analizadas y como clasificadas, antes de ser almacenadas en el gran desván de la memoria, y reaparecen con la evocación como las fichas críticas en las que nada se ha dejado de consignar. Desde los días que son un poco como la prehistoria de la radio en Cuba, cuando los receptores de galena resultaban todavía confusas aventuras de ciencia ficción vividas sólo por unos pocos, hasta su transformación en el poderoso medio de difusión que pronto fue, todo el vasto andamiaje, con sus innumerables ramificaciones y la extensísima red de intereses tejidos a su sombra, se va estructurando ante los ojos del lector.

Hechos, hombres, acontecimientos, se entrelazan y corresponden. Y la minuciosa exposición hace subir a la superficie los elementos subyacentes, las razones ocultas, las secretas motivaciones, que fueron a la vez su gigantesco motor impulsor y la simiente de sus monstruosas deformaciones.

Si como historia apoyada en un rigor documental inflexible, el libro nos permite observar como en un plano milimétrico el desarrollo de las estructuras de la gigantesca y compleja construcción, como crónica desborda esos límites, y pone ante los ojos del lector toda una etapa de la vida cubana, rica en experiencias de mucho trasfondo y significación, para cuya mejor comprensión lo que estamos viendo en el escenario de la vida radial es de gran importancia. Porque ese escenario, como todos los escenarios, tiene sus fosos y sus escotillones, sus laterales y sus bastidores. Y lo que en él se está representando, tiene mucho que ver con la urdimbre y la trama de la vida toda del país. Y en algún caso, y no precisamente el menos importante, ejemplifica también la inteligencia imperialista de los monopolios yanquis, por intermedio de sus títeres más o menos nativos.

Verdadera enciclopedia de la radio cubana, el libro de Oscar Luis López, el primero a mi conocimiento que se enfrenta al tema desde todos los ángulos y con irreductible afán esclarecedor, será obligadamente obra de consulta para cuantos se interesen en el apasionante tema en el futuro, y punto de partida para nuevas y muy importantes incursiones por el fascinante mundo de la historia de la radio en Cuba.

FÉLIX PITA RODRÍGUEZ

Dedico este libro a Manolito quien más que un hijo, contribuyó afectivamente en la etapa decisiva, y a Norma Abad Muñoz, mi compañera, por su dedicación para llevarlo a feliz término. Y con ellos, a Luisa.

GENERALIDADES

UN SIGLO: DOS HECHOS, DOS HOMBRES

Las transmisiones radiales dan sus primeros pasos en Cuba en 1922, en la época en que se producía la expansión industrial financiera de los consorcios eléctricos de los Estados Unidos.

La revista *Cuba Review* aseguraba que ya en 1905 más de diez mil norteamericanos habían adquirido la décima parte de las tierras de Cuba.

En 1898-1913 las inversiones norteamericanas aquí experimentaron un ascenso notable, canalizándose hacia el azúcar y penetrando en otros sectores, pero sin superar —al menos cuantitativamente—, a las inglesas, por no hablar de las domésticas. En 1914-1925 la situación es otra: las inversiones norteamericanas se han quintuplicado o sextuplicado, dominando las tres cuartas partes de la producción azucarera y adquiriendo un control casi absoluto en minería, servicios públicos, deuda externa y otros, mientras el capital británico se batía en retirada, y el doméstico, luego de efímero auge, tendía a contraerse en virtud de dramáticos procesos de enajenación y ruina.¹

1 Oscar Pino Santos. *El asalto a Cuba por la oligarquía financiera yanqui*, p. 74.

De acuerdo con la comunicación del 28 de abril de 1823, citada por Leland H. Jenks en su libro: *Our Cuban Colony*, ya un secretario de Estado, John Quincy Adams, había escrito al Embajador norteamericano en la capital española:

Hay leyes que rigen la política como las hay de gravitación universal, y si una manzana desprendida del árbol por un vendaval tiene forzosamente que caer al suelo, Cuba separada de España e incapaz de subsistir por sí sola, sólo puede dirigirse hacia la Unión Norteamericana, que por la misma ley natural no puede expulsarla de su seno.

La relación entre esos dos hechos separados por un siglo, aparece en forma muy clara si seguimos la trayectoria de los principales acontecimientos en esos cien años: el movimiento político y económico del siglo XIX.

Entre los múltiples acontecimientos que se destacan en ese siglo en América, tres revisten notoria singularidad: Estados Unidos deviene en pujante imperialismo; tiene lugar la liquidación del colonialismo español; la intervención y posterior ocupación militar norteamericana de Cuba frustran su proceso independentista para dar paso en su lugar a la semicolonía. Hechos que se entrelazan para marcar el final de un siglo y el comienzo de otro. En el Caribe nace una nueva fuerza: la Flota Yanqui, que adueñándose de las Antillas y del paso de Panamá hará valer la célebre doctrina Monroe: «América para los americanos».

Pero, aunque la historia hasta el presente no había destacado sus nombres, en esa fase hay dos hombres con notable participación que pasan a las crónicas como personajes secundarios en el drama de la intervención norteamericana en Cuba.

Sin embargo, cuando el vendaval de la guerra arrancaba la manzana cubana del viejo árbol colonial español, esos dos norteamericanos prepararon con paciente y callada labor muchas de las condiciones legales y económicas que debían impulsarla hasta caer en manos de la Unión, para que se cumpliera la predicción de Quincy Adams.

Esos hombres fueron: Frank Steinhart, un alemán nacionalizado en Estados Unidos de Norteamérica, que se alistó en la expedición de los *Rough Riders* y quedó como Cónsul General

de Estados Unidos en Cuba; y el general Enoch Hughes Crowder, abogado y experto en asuntos financieros.

Veinte años después de fundada la República, cuando en 1922 el presidente cubano Alfredo Zayas inauguraba solemnemente la radiodifusión, esos dos hombres eran invitados especiales en el acto del palacio presidencial de La Habana. La presencia de ambos tenía tanta importancia, que Zayas, al inaugurar las transmisiones radiales, lo hacía con un discurso dirigido a los Estados Unidos y en idioma inglés.

¿Era esto indicio de que se había consumado la teoría de la manzana desprendida? ¿Iba el idioma inglés a desplazar las raíces de una cultura hispánica, sustituyendo definitivamente en Cuba a la tradición española con los progresos técnicos norteamericanos?

Una respuesta a estas dos interrogaciones puede deducirse del Reporte que el general Leonardo Wood presentó en Washington en 1902, sobre sus funciones como Gobernador Militar de Cuba durante el Gobierno Interventor, en el que establece que la misión era:

edificar una república anglo-sajona en un país latino donde aproximadamente el 70% de la población era analfabeta; en resumen, establecer en poco más de tres años, en una colonia militar latina, una república calcada exactamente de nuestra gran república.

Es importante esa indicación sobre el analfabetismo. Nos puede conducir a comprender el extraordinario interés de los yanquis por establecer una potente emisora de radio bajo el control de sus grupos financieros.

Y es así cómo la Cuban Telephone Company establece la primera emisora de radio que se considera operando en Cuba oficialmente, la PWX.

Y como un hecho digno de mencionar, el vapor costero cubano «Guantánamo» tenía registrada como suya la asignación de las letras PWX cuando se las asignaron a la Cuban Telephone Company.

Durante algún tiempo tuvimos dos estaciones transmisoras con las mismas letras en territorio nacional, hasta que se ordenó una nueva asignación de letras para el vapor «Guantánamo».

CÓMO FUE RECIBIDA LA RADIO OFICIAL

Para tener una impresión correcta de lo que sucedía en Cuba cuando da comienzo la radiodifusión, es interesante dar una breve revisión a la prensa de aquellos días. ¿Cómo era aquella Habana de 1922? ¿En qué se entretenían los habaneros del tiempo de Zayas?

En esa época, el mundo atravesaba una crisis: el conflicto del Bósforo. Reflejaba la prensa de esos días la lucha entre los nacionalistas turcos de Mustafá Khemal y las tropas de Grecia. Serias discrepancias entre Inglaterra y Francia, por sus respectivos intereses en el Mediano Oriente, apoyando a las dos naciones en lucha, se comentaban en el periódico. *El Mundo*, que con fecha 11 de octubre afirmaba: «Europa tiembla ante la posibilidad de un nuevo conflicto.»

África también se agitaba con la campaña de Melilla, en la que España imponía su dominio sobre el protectorado de Marruecos; el heroico líder Abd-el-Krim, al frente de las tribus rifeñas, sostenía una intensa lucha sobre las montañas del norte africano, cuyos incidentes seguían con marcado interés los integrantes de la numerosa colonia española radicada en Cuba.

En lo interno, constituía la actualidad criolla la presencia en Cuba del general Enoch H. Crowder, enviado personal del presidente Harding, de Estados Unidos, con el cual discutía el gobierno de Zayas las posibilidades de un empréstito de cincuenta millones de dólares para liquidar «la deuda flotante».

Este es, a grandes rasgos, el cuadro nacional y extranjero que ofrece la primera república en los momentos en que se lanza al espacio la primera señal oficial de una radioemisora.

El nuevo espectáculo va a surgir dentro de un complejo mundo de atracciones, que se refleja en las carteleras de la prensa habanera de 1922.

En el Teatro Nacional se presentaba la compañía italiana de Mimí Aguglia y Giovanni Grasso.

La popular compañía de Regino López, en sus frecuentes excursiones fuera del Alhambra, daba la oportunidad a las familias habaneras de presenciar en el Teatro Payret aquel género picaresco que se ofrecía en el coliseo de Virtudes y

Consulado, exclusivamente para hombres. Con muy ligeras alteraciones en los chistes, Federico Villoch y el maestro Jorge Anckerman presentaban su revista musical de gran espectáculo: *La mina errante*, con un sensacional montaje del escenógrafo Nono Noriega. Las crónicas comentaban que aparecía en escena un barco en plena navegación; que se presenciaba el hundimiento en alta mar, con tal realismo en el oleaje, que el público permanecía largo rato aplaudiendo el efecto escenográfico.

En esa temporada del Payret actuaba todo el elenco estelar cubano: Eloisa Trías, Blanca Becerra y Amalia Sorg, con Acebal, Robreño, Otero y Castillo.

Mientras, en el Alhambra se cubrían las funciones con la Compañía de Zarzuela Cubana de Agustín Rodríguez, que tenía tres obras en el cartel: *¿Dónde están los hombres?* Para la primera tanda. En la segunda, *El órgano político* y en la tercera, una parodia criolla: *La corte de fanfarrón*.

Para el 11 de octubre los periódicos anuncian una función especial en el pequeño teatro Cervantes (situado en el Paseo del Prado, antiguo edificio del Centro de Dependientes, donde luego estuvo el cine Margot), en el que se prepara el beneficio de la primera actriz Enriqueta Sierra, figura principal de la Compañía de don Alejandro Garrido y Soriano Biosca. Ofrecerán la comedia en tres actos *La maestrilla*. Como un ejemplo de la camaradería que reina en la farándula, en ese mismo mes Enriqueta Sierra ha tomado parte en la función-homenaje a Eloísa Trías, en el Payret.

En el teatro de La Comedia se anuncia la Compañía Española que dirige el notable actor José Rivero, con la primera actriz Amparo Álvarez Segura. Esta artista no se limita al género teatral, sino que ofrece *exclusivamente para damas*, unas tandas especiales en las que se presenta como conferenciante en unas charlas frívolas con títulos tan sugerentes como «El arte de encontrar novio».

Pertenece al elenco de La Comedia una dama joven cubana: Socorro González, que en esa época se consagra para llegar a ser una de las figuras representativas del teatro nacional. Años después, es una de las principales actrices de nuestra radiodifusión.

Otra característica especial de estas funciones es que se *ameniza* el espectáculo teatral con un terceto clásico que inte-

gran los profesores Joaquín Molina, Antonio Mompó y César Pérez Sentenat.

Nótese cómo están incluidos en la vida teatral todos aquellos elementos que más tarde formarán el complejo artístico de la radiodifusión: comedia, drama, música y charla.

La actualidad de Melilla se lleva al Payret para la despedida de Regino López, con una *matinée* en que montan *Los cubanos en Marruecos*, y la *Fiesta de la raza* (12 de octubre), es celebrada en la función nocturna con *Cristóbal Colón Gallego*.

A su regreso al Alhambra, Regino alterna con Agustín Rodríguez, que anuncia otro título de actualidad: *La captura de Arroyito*. El famoso bandolero criollo, cuyas hazañas se comentaban en décimas impresas que se vendían a diez centavos en hojas sueltas por las calles, envió una carta a los periódicos protestando de la forma *poco respetuosa* en que se le había caracterizado en el teatro Alhambra.

Ya por esa época se conoce el espectáculo de baile sobre hielo. Chark Otto, famosa bailarina alemana, se presenta el 12 de octubre en La Habana con su *troupe* coreográfica de patinadores y el *partenaire* Paul Kreckwo, a quien llaman en los reclamos «el Valentino del Patín». Las gacetillas del *Diario de la Marina* advierten: «El Teatro Capitolio ha convertido su escenario en un fragmento del Polo.» La adaptación del escenario en pista de hielo costó diez mil pesos.

Por los mismos días la Sala Espadero anuncia un recital de Lola Tió, donde Vicente Lanz ejecutará solos de piano y hará gala de su bonita voz la Van der Gucht, acompañada al piano por el maestro Bovi.

La Sociedad Pro-Arte Musical daba a conocer la contratación de brillantes figuras para su próxima temporada invernal de ópera: Geraldine Ferrara, Anna Fitzu, Titta Ruffo y Titto Schipa.

Este es el diverso cuadro de espectáculos con los que La Habana distraía sus ocios. Las criollas usaban largos vestidos de velos y complicados sombreros de plumas. Los habaneros de chaleco blanco asistían ceremoniosamente a la retreta del Malecón y a las nueve de la noche sacaban todos sus voluminosos relojes de bolsillo, prendidos a la cadena de oro, para comprobar su exactitud con el cronométrico «cañonazo de La Cabaña».

En el mundo de los deportes, la sensación se llamaba Hornsby, segunda base de los nacionales del San Luis, quien acababa de realizar la hazaña de destronar al coloso Babe Ruth, bateando cuarenta y dos jonrones en aquella temporada. En La Habana, ya adicta al clásico juego, se inauguraba el 4 de octubre un nuevo sistema eléctrico para transcribir las noticias al público con letras lumínicas, reportando la serie mundial de béisbol.

Y el mismo 10 de octubre, en la famosa Arena Colón, se realizaba la pelea por el campeonato mundial de los pesos medianos: Jack Britton retuvo su corona mundial, derrotando por decisión al retador Jimmy Kelly.

Junto a este interés por el béisbol y el boxeo, nos encontramos en el «viejo frontón» a los ases de la pelota vasca que son ídolos de La Habana: Salsamendi, Iraugue, Lesaca, Mora, Zumeta, Ochotorena, Aramburu, Orrarte y Erdoza.

El 13 de octubre fue inaugurado el «lindo» frontón, que recibió el nombre de Habana-Madrid, con una cancha de treinta y cuatro metros. La prensa anunciaba que «tenía 140 ventanas y puertas para que la *aereación* fuese completa en sus 1 800 asientos».

Puede apreciarse, en un sencillo análisis del mosaico de diversiones anunciado en la prensa de octubre de 1922, cómo se reflejan los tres elementos que están en pugna dentro de la naciente República de Cuba.

Las formas tradicionales españolas entran en fricción con las nuevas modalidades que la inquietud criolla aplica, en busca de un nuevo modo de vivir *a la cubana*.

En el centro de esa evolución política y social, la penetración norteamericana está imponiendo modalidades nuevas al naciente cuadro de costumbres republicanas.

Así, vemos que mientras el teatro Actualidades anunciaba la reaparición del «negrito» Arquímedes Pous y su gran compañía de revistas, una crónica del 3 de octubre comentaba de esta forma un concierto del teatro Nacional: «El éxito fue enorme, glorificador, porque el numeroso y selectivo público que concurrió quedó asombrado, maravillado, al oír a una niña de ébano cantar como dicen los genios que cantan los ángeles.»

Se trataba de la joven Zoila Gálvez, que hacía sus primeras presentaciones ante el público, asombrando a los críticos con su interpretación de la difícil aria de «Campanelle», de la ópera

Lakmé, de Delibes. La acompañó al piano un notable maestro: Borochwsux. En los pasajes de flauta, el maestro Pacheco, hijo.

Pero hay un elemento nuevo en ese ambiente de distracciones habaneras. El cinematógrafo, con menos ruidos pero más nueces, ha logrado penetrar en los hábitos criollos mucho antes que la radio, a pesar de que son inventos que se desarrollaron casi simultáneamente en su etapa industrial y han de terminar por fusionarse en la fórmula foto-sonora del cine parlante.

Ya contaba la capital con un parque de diversiones al estilo norteamericano: Havana Park, donde se presentaba un acto de variedades con la vedette Polly Edwards y «Las Muchachas de Broadway». Reforzando esta nota exótica de «ingerencia artística» había ya en la capital una docena de salones de exhibiciones cinematográficas que empezaban a ser de importancia.

POR AQUELLOS DÍAS

Imagínese el lector a uno de aquellos habaneros que en el mes de octubre de 1922 leía el periódico.

Tal vez por estarlo viendo desde hacía días, no le llamaría la atención leer nuevamente el sugestivo anuncio que desde el mes de junio salía en los principales diarios de la capital, y que decía:

El último atractivo de hoy en los hogares de otras partes del mundo es el radio-teléfono como medio de entretenimiento. ¿Qué contiene el aire para usted? ¿polvo, ruido, calor?

El vehículo mágico que lleva a su casa: la música, la canción, el ingenio, la alegría, la elocuencia, la penetración del mundo exterior.

Permítanos darle una demostración.

La Westinghouse Aeriola Grand.

Igual que un fonógrafo.

Posee un tubo receptor, regenerador al vacío, en combinación con microteléfono de gran vibración.

Este anuncio aparecía como un negocio que de forma velada promovía la venta de aparatos de radio.

Quien más tarde va a ser su incondicional —el periódico—, uno de los grandes medios de difusión, le brinda el primer apoyo.

Con el tiempo, creado el hábito, engendrará nuevas formas de vida, decidirá en política, transformará gustos e ideas, para quedar de por vida entre los primeros medios de difusión que controlan la audiencia de una nación.

Pudo el anuncio haberlo interesado, pero también una emoción criolla pudo estremecerlo al leer las crónicas sobre un acontecimiento social o artístico ocurrido en la Perla del Sur por aquellos días. Qué ajeno estaba de que el protagonista, con los años, sería uno de los autores preferidos de la trova, que en aquel momento daba sus primeras incursiones a través del recién estrenado invento.

El acontecimiento que nos ocupa era la escenificación en el teatro Terry, de *La guinda* (canción que hacía furor) y que el cronista describía en términos poéticos:

Tiene un simpático ritmo y su melodía nos lleva suavemente al vaivén de la brisa de nuestro trópico. Catorce lindas muchachas vestidas de blanco meciéndose en columpios que colgaban de lo alto del escenario, entonaron a coro «La guinda», en un suntuoso montaje en el que se colmó la escena con un número considerable de guindas naturales. En el centro de tan espectacular «producción» apareció con su guitarra el propio autor de la canción: Eusebio Delfín, artista de afición hijo de una de las familias más ricas y prominentes de Cienfuegos, bohemio por vocación, que era conocido como «El ruiseñor de la Perla.»

Muchos años después y casi terminado este libro, hubimos de charlar varias horas con quien fuera desde la década del veinte un gran simpatizador de la radio. Ya los años se hacían sentir en su voz, pero emocionado nos hablaba de las presentaciones que por aquella etapa, en unión del maestro Lecuona, realizó en más de una emisora de nuestro país.

Otro anuncio marcaba las nuevas señales de los tiempos: «Se venden máquinas parlantes de Bocina y sin ella. Tenemos surtido de discos de Raquel Meller.»

El disco, revolucionario invento que al advenimiento de la radio proporcionó el primer programa musical.

El fonógrafo, el disco, artículos que con los años irán unidos, mediante el adelanto de la técnica, a todo ese mundo de la electrónica, para formar el complejo mecanismo de una radioemisora comercial.

En principio, las pequeñas casas de efectos eléctricos, cuyos dueños en la mayoría de los casos eran radioaficionados, serían las encargadas de abrir el camino a los que más tarde se adueñarían del mercado, importando todo tipo de implemento relacionado directa o indirectamente con el medio de difusión recién inventado.

El mismo 10 de octubre de 1922 en que se inaugura la PWX, ocurre otro hecho: Alfredo Hornedo, uno de los magnates del Partido Liberal, funda el periódico *El País*, que habría de tener una larga intervención en los asuntos cubanos y en los turbios manejos del funesto cacique del liberalismo.

Ese día el *Diario de la Marina*, en su primera página, informa:

INAUGURACIÓN DE LA ESTACIÓN RADIO TELEFÓNICA

A las 4 de la tarde el primero y más completo programa de radiodifusión telefónica será ofrecido en Cuba y enviado desde las torres de la Cuban Telephone Co. por medio de ondas eléctricas, que llevarán la palabra y la música a cada rincón de la isla y muy lejos dentro de los Estados del Este y del Sur de los Estados Unidos.

La distancia a que podrá ser oído el programa no puede precisarse, pero sí debe tenerse en cuenta que, después de efectuarse las pruebas de la Estación Transmisora, se recibieron muchas cartas de felicitación de distritos tan lejanos como la ciudad de New York y sus alrededores, diciendo que oyeron La Habana con entera claridad.

Alrededor del nuevo invento se orientaba ya toda una tendencia a presentar las cosas como un acontecimiento de franco sabor *anexionista*. Todo el mérito y todo el interés estaba

concentrado hacia los Estados Unidos, aunque aclara a continuación el *Diario de la Marina*: «El programa será oído sin dificultad alguna por los que disponen de aparatos receptores de radio en Cuba aunque, sin embargo, dependerá de la calidad de dichos aparatos.»

Esta aclaración era oportuna, puesto que todavía los equipos de recepción eran primitivos y no existía nada parecido a lo que hoy llamamos «un radio». Luego el periódico ofrece algunas notas curiosas sobre la transmisión:

Las palabras del Presidente Zayas, después de transmitidas al espacio por la Estación de la Cuban Telephone Co., serán oídas en el mismo lugar por la distinguida concurrencia de Diplomáticos, miembros del Gobierno y demás visitantes que en el día de hoy saludarán al Presidente. Esto se logrará por medio del aparato receptor con bocina de alta voz colocado en otro lugar del Palacio.

La onda que se usará será de 400 metros y las iniciales o símbolo de la Estación transmisora serán PWX. En la calle Amistad No. 124 se ha instalado un aparato receptor con bocina de alta voz, para entretenimiento de las personas que allí acudan durante las horas en que se lleve a cabo el programa.

El detalle con que se destaca en la información las bocinas «de alta voz» está justificado por ser una novedad técnica. La mayoría de los receptores de esos días sólo podía escucharse por medio de *audífonos*, y existían algunos modelos de radiorreceptores de lujo que poseían varios bornes para conectar a ellos cables, de modo que los miembros de la familia se agrupaban alrededor del aparato y tomaban su respectivo cordón eléctrico para escuchar, con gestos de asombro, lo que se recibía por cada uno de aquellos audífonos individuales.

El empleo de un «alta voz» que permitiera la audición colectiva era, por tanto, un acontecimiento que llamaba la atención y que se lograba mediante unidades adicionales que se instalaban a continuación del pequeño radiorreceptor.

Ese día también aparecía en la prensa, la que reproducía además la fachada del teatro Campoamor con dos grandes

antenas, este sensacional encabezamiento: *EL PRIMER TEATRO EN CUBA CON APARATO DE RADIO.*

No debe extrañarnos ese reclamo de propaganda, pues la novedad de la radio constituía una atracción y cada cual trataba de aprovechar de alguna forma aquella corriente de expectación popular. El viejo hotel La Reguladora, de la calle Amistad entre Barcelona y Dragones, que era ya centro de la élite, también puso su anuncio: «El primer restaurant de la Habana que ofrece a sus clientes esta moderna diversión.» Para el martes 10, de 4:00 a 5:30 y de 8:30 a 10:00 p.m., se ofrecía en La Reguladora un servicio especial «a la carta», en el que se podía disfrutar, durante la comida, del discurso inaugural del presidente y el concierto por radio con los mejores artistas de La Habana. El lujoso restaurante, que había puesto su nota *chic* al asunto, al crear una nueva fórmula de coctel llamado *radio*, cerraba su aviso con esta persuasiva advertencia comercial: «Reserve su mesa por el teléfono A-3884 sin costo extra.»

Era mucho más importante, sin embargo, lo que sucedía en el teatro Campoamor, tal como lo describió la prensa del día:

Contará el teatro con un equipo PARAGÓN receptor de Telefonía sin Hilos, que comprende un Detector y dos pasos de amplificación además de una instalación especial de Antena de Cuadro para recibir conciertos que sean transmitidos por estaciones locales. El aparato de fama mundial PARAGÓN RA-10, cuya instalación es dirigida personalmente por el Sr. F. W. Borton, Gerente de la Electrical Equipment Co. of Cuba, promete ser una de las mejores estaciones receptoras de Cuba.

Nótese la desorientación periodística sobre el uso que iba a darse al nuevo sistema de comunicación, al suponer la existencia de «estaciones receptoras» donde se reuniera colectivamente el público para escuchar «conciertos de radio». (Un fenómeno similar se produjo al comienzo de la televisión.)

Este Borton era un técnico ingenioso que había hecho sus planes para explotar las dos vías comerciales que ofrecía el invento en esos momentos. Instaló sus equipos receptores combinándolos con la exhibición de una película muda, anunciando una «grandiosa matinée a las cuatro.». El público podría

oír desde su luneta,² y mediante «el magnífico aparato de radio instalado en el escenario en conexión con la Cuban Telephone Co.», el discurso del presidente Zayas por el 10 de Octubre y «un gran concierto que ofrece la Broadcasting Station», mientras se proyecta una graciosa comedia de Max Linder. (Era éste un cómico vienés, favorito de los primeros asistentes del cine mudo, con grandes simpatías en La Habana.) Pero no conforme con ser el empresario del primer negocio de espectáculo público basado en la rediorrecepción, Borton había organizado previamente una empresa importadora y distribuidora de aparatos receptores PARAGÓN, que aparece como la primera marca comercial que invadió el mercado cubano mediante las operaciones de la Electrical Equipment Co. of Cuba. Aprovechando con habilidad publicitaria el sensacionalismo del montaje en el Campoamor, Borton colocaba en la misma plana, junto al anuncio del teatro, una tira a dos columnas con el título: ¡RADIO! A continuación daba una lista completa de aparatos y piezas para construcción de receptores, que comenzaba con el equipo transmisor PARAGÓN, Tipo 2-5-V, completo, por trescientos pesos.

Del éxito que tales operaciones marginales obtuvieron con el inicio de la radiodifusión, puede darnos un índice el anuncio más amplio que la misma firma colocó en la prensa cinco días más tarde. La Electrical Equipment, que estaba radicada en la calle Galiano No. 29, adoptaba estos impresionantes argumentos de venta para su marca de receptores:

1915: El Primer Receptor Regenerativo lleva el nombre PARAGÓN.

1916: La primera vez que un Amateur oyó a California desde Nueva York fue con un receptor PARAGÓN Tipo R.A.6.

2 La idea de instalar un receptor en el teatro se repitió por segunda vez quince años después, en 1937, para que el público asistente escuchara los episodios del detective chino Chan Li Po, escritos por Félix B. Cagnet. Más tarde, en 1948, se repitió con *El derecho de nacer*, del mismo autor.

- 1916: La primera transmisión transcontinental desde Nueva York a California se efectuó con un aparato PARAGÓN.
- 1917: PARAGÓN reconocido como el mejor por los Ejércitos Aliados.
- 1921: 27 Amateurs diferentes, situados en distintos puntos de la región Este de los EE.UU. oyen las señales de Ardrossen, Escocia, a 5 600 kilómetros.
- 1922: Con un aparato PARAGÓN usted puede oír a los mejores Cantantes y Orquestas de los EE.UU.

El sintonizador PARAGÓN-R.A.-10, para ondas de ciento setenta a mil metros, se vendía en La Habana al precio de noventa y cinco pesos. Estaba también en venta el Sintonizador y Receptor General Electric modelo A.R.-1300, para ondas de ciento setenta y cinco a setecientos metros, que se anunciaba «con cristales y tubos» al precio de setenta y cinco pesos.

Como último detalle de curiosidad en la forma de anunciar los nuevos aparatos de comunicación de aquella época, copiamos el texto de otro singular aviso publicado por la Cuban Telephone Co. en relación con la crisis del Marruecos español:

Hasta los moros consideran imprescindible el Teléfono. Muchos elementos apoyan a España en la restauración de la paz en Marruecos. La artillería y las bayonetas no bastan. Hay instrumentos que pueden hacer lo que no pueden las armas. Uno de esos instrumentos es el teléfono.

Se basaba esta extraña argumentación publicitaria de la empresa telefónica, en un despacho de Tetuán recibido en La Habana y publicado por el diario *El Mundo* que informaba:

El Jefe Moro rebelde Raisumi recientemente se entrevistó con varios generales del ejército español, haciéndoles presente su disposición de ánimo tendiente a someterse al protectorado de España y ha expuesto las condiciones que deben serle aceptadas para esa sumisión.

El Raisumi exige la devolución de sus bienes, hoy embargados por las autoridades españolas, y se compromete a residir en Tazarut, donde se construirá una

casa digna de su rango con un teléfono para comunicarse con el resto de la zona.

Evidentemente, no amerita detenerse en el análisis del posible valor publicitario de estos primitivos anuncios que se publican por la época. Interesa más destacar cómo se mezclan, sin fundamento ni relación lógica, acontecimientos y conflictos de la actualidad internacional con reclamos comerciales. En otras palabras, todo sirve para vender. Y, al propio tiempo, venerar los productos de la «supercivilización».

ETAPA ARTESANAL

PWX: LA INSCRIPCIÓN DE NACIMIENTO

Es este el marco adecuado que considera la Cuban Telephone Company para establecer, en 1922, una radiodifusora dotada de instalaciones y equipos de alto nivel técnico. El 10 de octubre se inaugura la PWX. Este día queda *oficialmente* registrado como fecha del nacimiento de la radiodifusión en Cuba, al iniciar sus operaciones los equipos instalados en el edificio central³ de la Empresa Telefónica, que por coincidencia están en la *calle del Águila* No. 161, y el tema musical de la emisora hasta su desaparición fue *La paloma*. La emisora fue instalada bajo la dirección del ingeniero jefe de la emisora, F. T. Caldwell, su auxiliar J. L. Taylor, y H. Stewart Price, de la Internacional Western Electric Co., de Nueva York.

En cuanto a los aparatos de transmisión y control, fabricados expresamente en los Estados Unidos de Norteamérica, por la firma Western Electric, pueden considerarse como lo más eficiente en diseño y construcción que se podía obtener en la incipiente industria radiofónica.

- 3 Cuando se inaugura, el edificio de la Cuban Telephone Company tenía tres plantas, en las que se instalan los equipos y antenas, y en la acera de enfrente, en una casa aparte, se instalaron los primeros estudios de radio. Es en 1927 cuando aparece terminado el edificio que existe hoy y donde en el sexto piso se construyeron los nuevos estudios.

Analizaremos más adelante los móviles que impulsaban a esta empresa yanqui para realizar una inversión tan considerable en un país tan pequeño, montando una radioemisora a los mismos niveles de las instaladas en Nueva York.

La PWX se inaugura con un programa solemne, para conmemorar el aniversario del Grito de Yara. A las cuatro de la tarde da comienzo el programa con las vibrantes notas del himno que *Perucho* Figueredo y Carlos Manuel de Céspedes forjaron en la heroica Bayamo. Lo interpreta la orquesta Casas, dirigida por Luis Casas Romero.

UN PRESIDENTE HABLA POR LA RADIO

El presidente de la República, Alfredo Zayas, pronuncia el discurso inaugural (dirigido al pueblo de los Estados Unidos de Norteamérica), frente a un «flamante» micrófono que ha sido instalado en su despacho presidencial. Una línea telefónica une ese despacho con los equipos transmisores del edificio de la calle Águila. Con el primer programa radial, por tanto, se inaugura el primer control remoto de la radiodifusión nacional.

En su discurso inaugural Zayas dijo: «Desde la ciudad de La Habana, capital de la República de Cuba, tengo el gran honor de dirigir mi voz al pueblo de los Estados Unidos de América por el maravilloso invento inaugurado por la Cuban Telephone Company.»

Con estas palabras inaugura el presidente Alfredo Zayas aquella histórica transmisión del 10 de octubre de 1922.

El discurso de Zayas contiene una serie de matices, que muestran las tendencias políticas, económicas e ideológicas que incidieron en la formación de nuestra república:

Y deseo enviar a ese noble pueblo un cordial saludo expresando los sentimientos de amistad del pueblo cubano y el anhelo de mantenerlos. Lanzadas mis palabras al espacio, llevadas por las ondas atmosféricas sobre los mares agitados y sobre las altas montañas, espero que penetrando en vuestros oídos, ciudadanos de la patria de Washington, llegarán hasta vuestros corazones y evocarán un eco como una vibración de afecto recíproco. Quiero expresar mis mejores deseos por la prosperidad, paz y

progreso de vuestra República; por la felicidad personal de vuestro ilustre Presidente; por la salud de su honorable familia y por el bienestar y la alegría de todos cuantos viven en vuestra poderosa nación.

Terminado este exordio, Zayas, cuyas cortesías a la «poderosa nación» no le han dejado espacio para dirigir la más mínima referencia a la familia cubana, en cuyo territorio se está inaugurando la radiodifusión, en su discurso se adentra en consideraciones históricas con estas palabras:

El día de hoy es para los cubanos una fecha consagrada a conmemorar el inicio, en 1868, de la guerra por la independencia, que durante diez años ofreció al mundo pruebas del más puro patriotismo, lleno de sacrificios y heroísmos, preparando así y haciendo posible el levantamiento en armas del 1895 que culminó, con vuestra generosa cooperación, en la independencia y en el establecimiento de la República.

Al llegar a este punto de su discurso están presentes en su mente las realidades políticas y económicas planteadas entre Cuba y Norteamérica. No olvidemos que su Gobierno gestiona en esos momentos un empréstito norteamericano por cincuenta millones de dólares. En consecuencia, una vez más le toca al pueblo cubano que se le reconozca el «patriotismo», el «heroísmo» y los «sacrificios» en su lucha por alcanzar la independencia, mas nuevamente se deforma la historia cuando se reitera que el logro de la independencia y el establecimiento de la República fue factible por la «generosa cooperación yanqui».

Nuestro amor a la independencia, heredado de nuestros antepasados y fortificado a través de torrentes de sangre y lágrimas, vive y vivirá siempre en nuestros corazones. Y me siento muy satisfecho afirmando esto ante el pueblo americano, porque ese pueblo reconocerá con placer que somos el mismo pueblo del cual vuestros representantes declararon en un solemne día, que era libre y de derecho debía ser libre. Estando tan cerca de vuestras costas, dentro del radio de acción de vuestra poderosa influencia comercial: y estando seguros, como lo estamos, de vues-

tro respeto ¿y por qué no, amor? hacia nuestras instituciones nacionales republicanas, deseamos mantener las más cordiales relaciones cimentadas en el propósito de una sincera inteligencia para beneficio mutuo.

Nuestras riquezas naturales crecen de nuevo con rapidez, después de un período de perturbaciones que todas las naciones del mundo civilizado han sufrido y que algunas todavía sufren. La paz y la libertad están aseguradas en nuestro país. Nuestro crédito exterior está reconquistado por la pronta restauración de nuestras condiciones interiores normales y todas las probabilidades en el momento actual auguran un brillante porvenir inmediato.

Con mis palabras, pronunciadas en nombre del pueblo cubano, envío a los Estados Unidos la expresión verdadera de respeto y admiración a sus instituciones nacionales; de sincera amistad a su pueblo y de consideración a su Gobierno. ¡Tres vivas a la gloria de los Estados Unidos! ¡Tres vivas a la absoluta independencia de Cuba!

Cuánta desfachatez, hablar en nombre del pueblo explotado y preterido; cuánta sumisión dar una y mil veces las gracias a los ingerencistas, a los nuevos dueños de vida y haciendas, a los señores del Norte hartos conocidos en los pueblos de América Latina, si no, indáguese en los del centro y el área del Caribe. Cadena de intervenciones y ocupaciones militares dan cuenta fehaciente de la «ayuda generosa». Cuba es un ejemplo presente en todos. República neocolonial de cuyas entrañas, muy pronto, resurgirá el combate popular.

El discurso fue previamente anunciado en muchos periódicos norteamericanos y retransmitido en Nueva York por una emisora situada en el edificio Walker-Lispenard, que operaba la American Telephone and Telegraph Company. Se trataba de una planta de radio que era un duplicado exacto de la PWX instalada en la Habana, igual que la de Puerto Rico, todas adquiridas por la casa matriz: International Telephone and Telegraph Corporation, de la cual era subsidiaria la Cuban Telephone Company. La emisora borinqueña fue inaugurada el 3 de diciembre de 1922.

A los hechos ya descritos, agreguemos que el día de la inauguración de la PWX se ofreció el siguiente programa artístico:

PROGRAMA INAUGURAL

A las 4 p.m.

HIMNO NACIONAL CUBANO

Por la Orquesta que dirige el señor Luis Casas, primer teniente, segundo Jefe de la Banda del Estado Mayor del Ejército de Cuba.

Discurso inaugural por el honorable señor presidente de la República de Cuba, doctor Alfredo Zayas.

Solo de violín

Libesfrend, de Kreisler, por el profesor señor Joaquín Molina acompañado al piano por la señora Matilde González de Molina.

Canciones cubanas

Rosas y violetas, de José Mauri, *Presentimiento*, de Eduardo Sánchez de Fuentes, cantada por la soprano señora Rita Montaner de Fernández.

Danzón Princesita

De Luis Casas, por la «Orquesta Casas»

Soy cubano, criolla

De Luis Casas, cantada por el tenor cubano señor Mariano Meléndez, acompañado por la «Orquesta Casas».

PRIMERA PARTE

A las 8 y 30 p.m.

HIMNO NACIONAL CUBANO

por la «Orquesta Casas»

Aria de la ópera *La Wally*, de Catalani, cantada por la soprano señorita *Lola* de la Torre, acompañada al piano por la señora Matilde González de Molina.

Discurso

Por el señor Presidente del Radio Club de Cuba.

Romanza de la Estrella

De la ópera *Tannhäuser* de Wagner, cantada por el barítono, señor Néstor de la Torre.

Sólo de violín

Ave María de Schubert-Wilhelmy, por el señor Joaquín Molina, acompañado al piano por la señora Matilde González de Molina.

Danzón Primavera

De Felipe Valdés, por la «Orquesta Casas».

SEGUNDA PARTE

Criolla

Por la «Orquesta Casas».

Poesía lírica cubana

Recitación... Gustavo Robreño.

Solo de violín

Thaïs, meditación Massenet-Matsick, por el señor Joaquín Molina acompañado al piano por la señora Matilde González de Molina.

Tú, habanera

de Eduardo Sánchez de Fuentes, cantada por la soprano señorita *Lola* de la Torre acompañada al piano por su autor.

La niña de mis amores

Danzón de Luis Casas, por la «Orquesta Casas».

Un dato curioso es que el programa lanzado a las cuatro de la tarde es interrumpido para ser continuado a las ocho y treinta de la noche. Esto obedeció, probablemente, a la forma experimental en que se realizaban las transmisiones, explorando las reacciones de la atmósfera, condiciones de receptividad y promedio de aficionados que operaban los aparatos de sintonización.

Obsérvese cómo, intercalados entre los números de canto, la Orquesta Casas ejecutó los danzones *Primavera*, de Felipe Valdés; *La niña de mis amores* y *Princesita*, estos dos últimos de Casas. Son, pues, Eduardo Sánchez de Fuentes, José Mauri, Luis Casas Romero y Felipe Valdés los primeros compositores cubanos cuya música fue utilizada en la producción formal de un programa de radio realizado «en vivo», en un estudio.

Es interesante destacar además, cómo de los tres primeros compositores, Luis Casas con la 2LC primero, y a partir del 13 de julio de 1923 Sánchez de Fuentes con la 2KD, divulgan nuestra música en emisoras propias.

Otro hecho ocurrido en el programa artístico inaugural, aunque no recogido por la prensa, es que el actor Tomás Cuervo, que se encontraba en el estudio, es invitado a contar breves historietas al público presente, para «llenar» algunos espacios vacíos que se produjeron en esa primera transmisión. Es, por tanto, el primer *humorista* que actuó en un estudio de radio, aun cuando su voz no salió al aire.

En cuanto a los artistas, resaltan Mariano Meléndez, por aquella época el tenor de más simpatías como intérprete de canciones populares, que solía cantar en teatros y cines de La Habana: una joven cantante, aún desconocida, la soprano Rita Montaner de Fernández (así registraron su nombre en la prensa), quien, al correr de los años, ocuparía tan alto sitio en el afecto y la admiración del público, y a quien llamarían «Rita de Cuba» y «La Única»; Joaquín Molina, violinista *concertino* de todas las funciones de ópera y concierto que se ofrecían en La

Habana de entonces, quien estuvo acompañado al piano por su esposa, Matilde González. (Ambos artistas fundarán más tarde el «Conservatorio González-Molina», en el cual se hará violinista Xavier Cugat. En ese mismo Conservatorio, la actriz Enriqueta Sierra ofrecerá cursos de Declamación, de los cuales saldrán muchos de los artistas y productores que más tarde fueron figuras estelares de la radiodifusión.) La soprano *Lola* de la Torre y el barítono Néstor de la Torre, dos jóvenes estudiosos del *bel canto*, que estudiaron en el extranjero, completaban el cuadro lírico con el que se confecciona el primer programa radial transmitido en Cuba.

Las primeras palabras dichas por el animador oficial de la PWX Raúl P. Falcón, en inglés y español, al inaugurarse la emisora fueron:

Esta es la estación PWX de la Cuban Telephone Company, en La Habana, Cuba.

Estamos trasmitiendo en una onda de 400 metros y con una potencia de 500 watts. En el día de hoy se inaugura esta estación de radio. Por este medio llevaremos a ustedes y a los demás pueblos extranjeros, nuestra música y nuestra palabra que es la expresión de nuestra cultura.

La estación PWX tiene el honor de presentar al Honorable señor Presidente de la República, doctor Alfredo Zayas.

Raúl P. Falcón y Remberto O'Farril son los primeros cubanos que asumen la profesión de «locutor oficial» en una radioemisora, aunque en esa etapa aún no se expedían títulos.

Al día siguiente (11 de octubre), el *Diario de la Marina* publicó una reseña de primera plana con la foto a dos columnas del «Cuarto de Operación» de la estación radiotelefónica. Se aclaraba que el equipo emisor estaba instalado en el despacho privado del doctor Zayas y había, además, un aparato receptor en el despacho de María Jaén de Zayas, donde ella escuchó el discurso presidencial en unión de los invitados al acto.

Como detalle significativo, encabeza esa lista de invitados. E. H. Crowder, representante personal del presidente Harding de Estados Unidos, que se encontraba en La Habana, como ya dijimos, conduciendo las negociaciones para un empréstito de cincuenta millones a Cuba y discutiendo las posibilidades de revisión de las tarifas de Aduana que se aplican en Norteamérica

a los productos cubanos. Este mismo Crowder, que experimentó dificultades con los estudiantes cubanos, y que el joven Julio Antonio Mella impidió que la Universidad de La Habana le otorgara el título de Doctor Honoris Causa, es el que está al frente de la representación de Washington que observa en el palacio de la presidencia los detalles de la inauguración oficial de la radio en Cuba.

Como el mensaje está *dirigido al pueblo* norteamericano, el presidente de Cuba pronuncia su discurso *primero en inglés*, y después en español. Esto último no ha sido probado.

La inauguración de la PWX tendría repercusión en amplios sectores de la población interna.

Los primeros reportes son de gran optimismo. Desde Ciego de Ávila, ciudad de la provincia de Camagüey, a cuatrocientos sesenta y un kilómetros de La Habana, informan que la música se captó con tanta claridad que fue *usada para bailar*.

Muy significativo consideramos este detalle psicológico: desde la primera vez que oye radio, el pueblo cubano, en un claro rasgo de su temperamento, le da un sentido práctico y lo asocia íntimamente a sus motivaciones. Más adelante hemos de exponer la importancia que tiene ese hecho en el desarrollo peculiar de nuestra radiodifusión y la forma en que los programas de radio se enfrentaron a la penetración cultural extranjera, rescatando y manteniendo nuestros valores nacionales. Consignemos, por ahora, que fue esa la primera vez que se bailó en Cuba con música tomada del radio. El ritmo fue aquel que hacía furor en la época: el inconfundible danzón.⁴

Fue también la primera vez en el mundo que un jefe de Estado se dirigía a otro país por medio de las ondas hertzianas; fue la primera transmisión internacional de un programa artístico originado en un país y captado en otro, para difundirlo por altoparlantes;⁵ fue la primera retransmisión entre dos emisoras

4 Meses después, el 6 de enero de 1923, se reportaba que el programa de la Orquesta de Antonio María Romeu, se escuchó a 3 500 millas de La Habana. Indiscutiblemente que el danzón estaba de fiesta.

5 La PWX envió un equipo de técnicos al Club San Carlos de Key West, donde instalaron un sistema de «alta voz» conectado a un receptor, para brindar a los tabaqueros cubanos la inauguración de esta emisora.

de países distintos, separados por el mar. Cuba marcaba pauta en la radiodifusión.

Como en la misma fecha informaba la prensa de la inauguración del servicio telefónico de larga distancia hasta Surgidero de Batabanó (extremo sur de la provincia de La Habana), hubo gran euforia y comentarios sobre el «avance técnico» que se producía en nuestra pequeña república del Caribe.

El punto más distante de donde se reportó el programa de inauguración fue a dos mil cuatrocientas millas de La Habana, según la *Revista Telefónica Internacional*, órgano oficial de la Cuban Telephone Company.

Se publicó también la noticia de que un barco que se hallaba en alta mar, a ochocientas cincuenta millas de La Habana, había reportado que se escuchó el programa a bordo. Es probable que sea, por tanto, el primer barco en el mundo que haya sintonizado en una travesía nuestro baile nacional: el danzón.

Tales resultados estimulan a la empresa y se anuncia que el próximo programa será ofrecido cuatro días después, el sábado 14 de octubre. La prensa comenta que los miércoles y sábados⁶ por la noche, ya con carácter regular, se ofrecerán *programas de broadcasting*.

Anote el lector cómo en los primeros tiempos, por falta de un adecuado término castellano, se emplea en Cuba la expresión *broadcasting*, vocablo inglés que aún se utiliza en otros países suramericanos para referirse familiarmente a la radiodifusión.

Ya en esa segunda transmisión del sábado 14 de octubre de 1922 se incluye un discurso del presidente del American Club de La Habana, Robert E. Hollingsworth. Hablando para el pueblo de Estados Unidos en nombre de los norteamericanos residentes en Cuba, Hollingsworth hizo una prominente labor turística, al estimular a sus compatriotas a que viniesen a pasar en Cuba sus vacaciones invernales y según la *Revista Telefónica*, dio al pueblo de Estados Unidos muchas de las razones por las cuales debe tener confianza en Cuba para sus negocios.

6 La PWX se mantiene transmitiendo esos dos días hasta el mes de noviembre de 1925, de 8:30 p.m. a 10 p.m.

Es tanto el entusiasmo de las clases dominantes por los avances técnicos, que en la prensa del 14 de octubre puede leerse:

Anoche a las 12 comenzó a operar el primer Centro Automático de Teléfonos de Manhattan. Así vemos que Nueva York, Chicago y demás ciudades están siguiendo el ejemplo de La Habana, que abandonó el teléfono manual y lo sustituyó por el automático desde hace 10 años.

El desconocido redactor de esta nota de prensa no tuvo en cuenta la diferencia que existe entre instalar una planta automática en una ciudad como La Habana (que tendría alrededor de trescientos mil habitantes en 1912), y afrontar las dificultades técnicas que se presentan al operar esos servicios automáticos en ciudades con la extensión y la densidad de población que tienen Chicago o Nueva York. En realidad, la operación del teléfono automático en La Habana era un programa de «planta piloto», que permitiera experimentar y resolver en la práctica los problemas que ofrecía el sistema, para aplicar luego esas experiencias en el mejoramiento de los equipos, servicio y organización que posibilitaran una instalación productiva en las grandes ciudades norteamericanas. Esa prueba podía realizarse en Cuba no sólo por la menor extensión y número de aparatos conectados, sino por las facilidades legales, financieras y administrativas con que contaba la Cuban Telephone Company, al operar en Cuba libre de las reglamentaciones legales y fiscales de Estados Unidos, y constituida con todos los privilegios de un monopolio norteamericano que manejaba a su antojo las leyes cubanas. El experimento técnico se realizaba a un nivel de costo mucho más bajo y rendía, además de las experiencias prácticas, una apreciable utilidad financiera para la casa matriz de Estados Unidos, al operar en Cuba sin competencia ni controles gubernamentales.

Sin embargo, los objetivos de la Cuban Telephone Company no eran simplemente técnicos. Detrás de todo eso encontramos un plan político que se va revelando en los hechos sucesivos, como veremos más adelante en la marcha del desarrollo radio-difusor.

PENETRACIÓN CAPITALISTA

El imperialismo norteamericano, colonialista y neocolonialista, ha tratado, y trata, de disfrazar sus designios, encubriéndolos con el manoseado y desprestigiado lema de la ayuda económica y cultural a los pueblos subdesarrollados. Claro está que en determinados momentos se ve obligado a hacer ciertas concesiones en materia técnica, que sienten las bases para un desarrollo mayor de sus propios intereses.

Así fue como los yanquis instalaron la primera emisora de radiotelefonía en Cuba, como años después lo harían en Italia, en Abisinia, y si no, leamos el pie de grabado que publicaba la revista *Radio Guía*, nada sospechosa de progresista, por aquellos años (septiembre de 1936):

Vista de la emisora en Addis Abeba, único medio de comunicación que tenían los etiópicos para comunicarse con el resto del mundo y que hoy los italianos han ampliado notablemente, para hacer más efectiva la dominación en Abisinia.

El cine y la radio, como medios de difusión masiva modernos, que alcanzan su mayor expansión industrial en los Estados Unidos de Norteamérica, se prestan de un modo espectacular para realizar los fines de penetración cultural e ideológica del imperialismo. Son medios dúctiles y efectivos. Llegan a lo más recóndito de la emoción humana y pueden generar y desarrollar enormes fuerzas subjetivas cuando son empleados con habilidad para *condicionar* la mente de grandes multitudes, sin que éstas perciban el proceso de conformación ideológica a que son sometidas.

Pasada la primera década, la radio adopta un aspecto sensacional, y fue presentada ya como un maravilloso milagro que sólo puede alcanzarse mediante el incomparable nivel de desarrollo del *american way of life*.

Sin embargo, el poco interés por fomentar en Cuba actividades relacionadas con la radio y el cine nos la da la absoluta indiferencia por crear una escuela de radio y algún centro de estudios técnicos y artísticos que permitiera a la juventud

republicana conocer y dominar esas nuevas disciplinas artísticas y alcanzar un nivel más científico en lo que sólo constituyó, hasta el momento, un pasatiempo curioso, un *hobby eléctrico*. Baste decir que hasta 1940 no se abrió en La Habana la primera academia oficial de Declamación. Artes escénicas que incluía dramaturgia radial, asignatura que impartía Alejo Carpentier.

UNA COMPAÑÍA, SU REVISTA, SU EMISORA

Las negociaciones del sistema imperialista en los países subdesarrollados se deben a un patrón único: irlos sometiendo paulatinamente a su dominación económica, política y cultural.

Los mecanismos sutiles que utilizaron los monopolios del servicio público, para en un momento determinado extenderlos a los medios de difusión, actualmente son conocidos, pero a principio de siglo sólo unos pocos estudiosos conocían las verdaderas intenciones que encerraban esas compañías imperialistas.

Los años de 1920 a 1925 fueron decisivos para el movimiento revolucionario en cuanto a desarrollo organizativo e ideológico. Entre los numerosos hechos que conmueven al país resaltan la lucha estudiantil por la Reforma Universitaria, el Primer Congreso Nacional de Estudiantes y la fundación de la Universidad Popular José Martí, escenarios de donde emerge la figura revolucionaria de Julio Antonio Mella. Se constituye la Agrupación Comunista de La Habana. Mella y Baliño fundan, en 1925, el primer Partido Comunista de Cuba. Tiene lugar la creación de la Confederación Nacional Obrera de Cuba.

Pese al tabú que significaba para gran parte de la población las palabras comunista y sindicato, era evidente que ya existía un movimiento popular que los intereses norteamericanos en Cuba debían aplastar, no sólo con la ayuda del Gobierno, sino tratando por todos los medios a su alcance de aparecer ante la opinión pública y sus más cercanos colaboradores, como la mano amiga que ayuda, a medida que captaba prosélitos dentro de la propia clase obrera que explotaba, a la que proporcionaba pequeños alicientes que los mantenía alejados del resto de la masa.

Al igual que en el monopolio eléctrico, en la Cuban Telephone Company trabajaban cubanos que, aun cuando percibían

suelos más altos que los empleados en otros sectores, no por eso dejaban de ser explotados, ni se hallaban menos indefensos ante los abusos de los empresarios.

Tampoco faltaban los norteamericanos que tenían el control absoluto de los puestos claves, aunque existía un pequeño número de cubanos con altos salarios. Éstos, de inteligencia más que probada, eran hábilmente extraídos de otros negocios para ponerlos a trabajar en beneficio de sus intereses. Teniendo en cuenta el sistema implantado por la Compañía de Electricidad, en cuanto a la obligatoriedad que tenían sus empleados de comprar artículos eléctricos que eran descontados por nómina, casi podríamos asegurar que la versión existente de que al inaugurarse la PWX regalaron entre sus empleados cuarenta radiorreceptores, es falsa, como cierto fue el regalo que se le hizo a Fulgencio Batista de un teléfono de oro, al propiciar, en 1957, el aumento de las tarifas telefónicas.

Sin embargo, tan pronto les fue posible, se puso en práctica, al igual que en la Compañía Cubana de Electricidad, el *Manual de relaciones públicas* elaborado en New York y difundido a través de la ITT.

A los empleados había que darle un tratamiento especial. Con tal fin se le pagaron mayores salarios con objeto de crear una pequeña aristocracia obrera que sirviera a sus intereses. ¿Qué mejor que una revista para lograr este objetivo?

La *Revista Telefónica Internacional*, sucesora de la *Cuban Telephone Magazine*, órgano oficial de la Cuban Telephone Company, cuyo nombre cambia a partir del año 1924 al de *Revista Telefónica Cubana*, desde los años de 1921 que hemos revisado, es un ejemplo de cómo a través de sus páginas, aparentando orientar, recrear e informar a los trabajadores de la Compañía, fue convirtiéndolos en agentes vendedores en beneficio de la propia empresa.

Con un formato eminentemente familiar, «ameno» y «desinteresado», a medida que pasan los años ayudó a formar un sector pequeñoburgués, cuyo círculo de acción se desenvolvía dentro de una élite, donde los supervisores, administradores, ingenieros jefes, superintendentes de tráfico y construcción, jefes de distritos, inspectores generales, operadores y familiares se iban repartiendo las mejores posiciones y resaltando un sistema social donde los empleados no obreros, sobre todo aquellos que

trabajaban a la sombra, daban la sensación de ser los hombres más felices del mundo.

Ya en 1921 la empresa le hace saber a los empleados, a través de la revista, lo siguiente: «Vosotros representáis no sólo al Departamento, sino a la Compañía.» Y en otro de sus párrafos decía: «Si un reparador trae unos cuantos nombres de probables nuevas instalaciones, el Jefe del Departamento de contratos será uno de los primeros en darse cuenta de lo que ese individuo vale para la compañía y lo dará a conocer.»

Y luego añade: «Las compañías más prósperas son aquellas cuyos empleados todos trabajan y piensan en el bienestar común. Ya sea usted presidente o un simple mensajero, lo cierto es que la prosperidad de la Compañía es la prosperidad de Ud.»

Y en enero del propio año se dedican varias páginas para informar sobre el resultado de las suscripciones por los oficiales y empleados de la Cuban Telephone Company, a las acciones de la Internacional Telephone & Telegraph Corporation.

Uno de los párrafos dice:

De brillante puede calificarse el éxito obtenido en la venta de acciones a los oficiales y empleados de la Cuban Telephone Company, pues éstos, en número de 695, se suscribieron a 1 888 acciones siendo el porcentaje 83.062%, toda vez que estos suscriptores tenían derecho a un número máximo de acciones de 2, 273.

Prácticamente la mayoría adquirió una acción, excepto los hermanos Hernand y Sosthenes Behn, que compraron cien cada uno. El primero era presidente de la ITTC.

Cuando en mayo de 1922 (antes de la inauguración de la PWX), se organiza la Radio Corporation of Cuba, situada en la casa alledaña a la Cuban Telephone Company, por la calle Águila, la que dice ofrecer muy pronto (al mes siguiente) en el mercado, los mejores tipos de aparatos receptores de los que vienen usándose en gran escala en los Estados Unidos de Norteamérica, en la directiva aparece como vicepresidente Hernand Behn, uno de los que adquirió cien acciones, y presidente en ese instante, como ya dijimos, de la Internacional Telephane and Telegraph Corporation. Sea el lector el que haga sus conclusiones y agreguemos nosotros que hay crónicas sociales que reseñan bodas o *picnics*, que compiten en estilo a

las que en periódicos y revistas se escribían para halagar la vanidad de la *high life*.

A reserva de la utilidad técnica, informativa y deportiva que nos pueda brindar en algunas de sus secciones la revista, y sin pretender hacer un estudio socioeconómico de la misma, se demuestra como las revistas y periódicos, órganos oficiales de las compañías norteamericanas, que se repartían gratis a los empleados, no sólo engañaban al lector, sino que de forma hábil y sutil lo convierten en esclavo del sistema que lo ahoga y que, como una contradicción, defiende.

Entre muchos, uno de los artículos de más interés es el dirigido a todos los empleados, explicándole con variados argumentos las causas por las cuales no podían rebajar las tarifas telefónicas como el pueblo pedía, cosa ésta que ellos debían saber para salirle al paso a los consumidores que protestaban. Y una carta no menos interesante es la que se publica de un oyente norteamericano bajo el título de: «Una Compañía Telefónica que está anunciando a Cuba», y en la que preguntaba: «¿Están ustedes seguros de que han puesto a Cuba en el mapa?» Esto lo preguntaba un entusiasta de la radio desde Fort Meyer, Florida, a la estación de Broadcasting PWX de la Cuban Telephone Company, al que la Compañía respondió: «Muchas gracias. Por eso precisamente nos dedicamos al Broadcasting.» Y terminaba: «Os invitamos a venir a Cuba, no sólo para que paséis aquí vuestra vacación de invierno, sino para que os establezcáis aquí, en el seno de un pueblo amable y hospitalario que ofrece oportunidades sin límites para negocios productivos.»

Si a su vez analizamos la trayectoria de la PWX, más tarde CMC, desde el 10 de octubre de 1922 hasta 1934, en que desaparece del aire, por lo publicado en la revista encargada de divulgar las transmisiones de los hechos más sobresalientes, se detecta cómo en principio entre número y número de uno que otro programa da a conocer de forma muy superficial la flora y fauna de nuestro país y haciendo hincapié en los lugares de recreo y, sobre todo, lo ideal de la temperatura en invierno y en verano, para pasarse unas vacaciones disfrutando del agradable clima, además de visitar playas y casinos. En los textos que se publicaban se destacaba que por algo La Habana estaba muy bien llamada el «Monte Carlo» del mundo del oeste.

Es decir, es el inicio de una gran propaganda para el turismo y los hombres de negocios norteamericanos, que más tarde se oficializa y se hace siempre en español e inglés.

El resultado de la propaganda lo dan a conocer mediante el testimonio de la correspondencia que se recibe y que, como es de suponer, se escoge para su publicación.

Los micrófonos de la emisora, desde su inauguración, están a la disposición de los intereses norteamericanos y el gobierno de turno.

En noviembre de 1922, exactamente al mes de estar en el aire la PWX, la *Revista Telefónica* produce un acto de gran trascendencia bajo el título de: «Radio Telefoneando una Convención.»

La estación PWX de la Cuban Telephone Company entró a formar parte de la aristocracia radio-telefónica en el mes actual, al alcanzar un resonante éxito al transmitir una información completa respecto a los actos, deliberaciones y demás acontecimientos acaecidos en una convención que por su carácter e importancia merecía que se empleasen esos ultramodernos métodos para difundir por los ámbitos del mundo, sus múltiples actividades durante el breve espacio de tiempo en que estuvo reunida. La convención de que hablamos, fue el Sexto Congreso Médico Latino Americano.

En la convención estuvieron representadas veintiocho naciones. La revista continúa su reseña de dicho evento:

Las pruebas hechas por los ingenieros de la estación PWX, demuestran que las deliberaciones del Sexto Congreso Médico Latino-Americano han tenido no sólo en la isla de Cuba de punta a punta, sino en los Estados Unidos, el Canadá, Puerto Rico, Haití, Santo Domingo, Jamaica, Méjico, la América Central y una vastísima porción de la del Sur, un auditorio internacional como hasta ahora no se había conocido en la historia del mundo.

Y sin que sean hechos de esta trascendencia, no hay club elegante que dé un acto sin que los micrófonos de la Cuban Telephone Company lo reseñaran.

No hay personalidad que nos visite a partir de 1927, que no aparezca retratada junto a los dirigentes de la Compañía, en

recorrido por la emisora en su nuevo edificio⁷ donde la diversidad de estilos en su construcción explica con lujos de detalles la revista.

Es la PWX la que inicia la transmisión de los sorteos de la Lotería Nacional (20 de noviembre de 1925). Y bajo la presidencia del sátrapa general Gerardo Machado y Morales, desde su toma de posesión no se dio un acto en que las siglas de la CMC (antes PWX), no estuvieran presentes. Casi se podría decir que la burguesía de la década del veinte, hasta la caída de Machado, contaba para sus grandes actos con la CMC de la Cuban Telephone Company, además de los cronistas titulados «de la alta sociedad».

A la caída del «asno con garras», los acontecimientos políticos que se habían suscitado, en 1934 se acrecientan. En 1934 la lucha se recrudece. Las amenazas de huelga se suceden. La masa obrera organizada en la Cuban Telephone Company se compromete, y al darse cuenta el pueblo que Machado era accionista de la Compañía Telefónica, Sosthenes Behn, presidente de la ITTC y de la Cuban Telephone Company, decide —aprovechando la huelga telefónica a nivel nacional del 8 de marzo de 1934—, el cierre de la CMC, aunque trata de ubicar su mejor personal técnico en otros puestos.

Oficialmente el cierre se lo achacan a la competencia de las emisoras, que ya por esa época estaban en rebeldía y le daban participación a la voz del pueblo, y que, como era de suponer, lo formaba la masa humilde de sus empleados, de aquellos que jamás compraron acciones ni salieron en la revista, pero que eran los que formaban el proletariado.

No negamos cuanto de bueno se hizo en la programación durante el tiempo que estuvo en el aire y cuyo personal responsable eran figuras consagradas dentro del arte, especialmente en los programas musicales. Tampoco negamos la divul-

7 La empresa telefónica había dispuesto del sexto piso de su edificio de Aguila y Dragones; se instalaron dos estudios de amplitud, mobiliario y características acústicas que representaban lo más avanzado de la época; un salón de espera y un «cuarto tocador» o camerino para los artistas completaban las comodidades de la primera difusora.

gación de nuestra música a través de sus micrófonos. No podemos olvidar que el músico y compositor Luis Casas Romero, a partir de 1929, y hasta casi el cierre, fue su director artístico. Pero, sin embargo, los periódicos, y especialmente la revista, órgano oficial de la empresa, aunque durante algún tiempo le dedicó una sección a la PWX, no reflejaba en igualdad de condiciones la labor artística de la social y política.

Veamos el objetivo que, según la empresa capitalista, subsidiaria de la ITTC, tenía la inauguración en nuestro país de la primera emisora de la América Latina.

Fue erigida esencialmente, para fines experimentales, siendo la norma de la International Telephone and Telegraph Corporation y sus asociados, guardar paso con el progreso del arte de la comunicación en todas sus ramas. No se han trazado planes acerca de la duración o tiempo en que continuará este servicio de Broadcasting; pero para el porvenir inmediato, este es un campo que ofrece oportunidades para los experimentos y la investigación, proporcionando al mismo tiempo, recreo a la multitud de entusiastas del radio en Cuba y las islas y estados vecinos.

Diez años después, en 1932, poseían la primera Cadena Nacional Telefónica, los principales anunciantes y la mayor audiencia de dentro y fuera de Cuba.

Las frases que aparecen en la portada del folleto en conmemoración a los diez primeros años, son más que elocuentes: «Hablar es poder. Con la palabra se persuade, convence y domina.» (Emerson.)

Como dato de interés, parece que la primera frase obscena que salió al aire fue en un control remoto desde el hemiciclo de la Cámara de Representantes, transmitido por la CMC de la Cuban Telephone Company, con motivo de celebrarse el Primer Congreso de Notarios, el 29 de febrero de 1929. Fue dicha por el Secretario de Justicia, licenciado Jesús María Barraqué, ex decano de dicho colegio, frente a los micrófonos, en un arranque de entusiasmo y emoción, al dirigirse al doctor Baldomero Grau Triana, decano del colegio de esta ciudad y presidente de la comisión organizadora, al terminar una pieza oratoria ante el nutrido auditorio —visible e invisible— que lo escuchaba.

La frase en cuestión lanzada en voz alta por el licenciado Barraqué, a la vez que la rubricaba con un fuerte abrazo, fue: «¡Cojo...!» Fue una «buena» pieza oratoria y una «mala» palabra...

ANTES QUE VUELE LA CIGÜEÑA

Como hemos visto, la versión oficial dice que la radio la trajeron del Norte, como esos bebés que según la leyenda son traídos en el pico de una cigüeña. Como en todas las leyendas, sin embargo, la realidad es otra: la radio tuvo su proceso de gestación y nació de las entrañas de nuestro pueblo, de una inquietud y vocación de progreso que ha marcado el carácter de nuestra nación.

Frente a las debilidades de un proceso político que se veía frenado en su desarrollo por la intervención, surgió la iniciativa criolla dispuesta a vencer dificultades.

Aunque en la República no se planificó el desarrollo industrial, ni se crearon los centros educacionales que demandaba la transformación del medio colonial heredado, hubo cubanos que se dieron a la tarea de poner a nuestra pequeña nación en el camino de los descubrimientos y transformaciones tecnológicas que ocurrían en otras partes del mundo.

Una manifestación de esa actitud fue el interés por un curioso invento logrado a comienzos del siglo XX: el sistema eléctrico llamado «radio».⁸

- 8 Aunque la radio tiene su nacimiento en los radioaficionados, ya que de sus entrañas surgen nuestras primeras emisoras, en nuestro trabajo no hacemos apenas referencia a los mismos, pues lo hemos dirigido especialmente a la formación y desarrollo de aquella. La radio no la inventa una sola persona. A lo largo del siglo XIX hasta cristalizar en el XX, se sucedieron una serie de iniciativas e invenciones entre las que se encuentran las de Faraday, Popoff, Maxwell, Hertz, Lodge, Marconi, Hughes, Fassenden, Lee de Forest y Conrad, este último inventor de la palabra «radiodifusión», que al unirse cual piezas de un rompecabezas, dieron lugar al invento llamado «la radio».

Por los años 1920 un aparato de radio consistía en una cajita negra de madera, de tamaño y aspecto muy similar al acumulador de un automóvil pequeño. En la parte superior de esa caja, sobre un tablero de *bakelita*, se encontraban varios bornes niquelados y unas ruedas oscuras con marcas y cifras en blanco, muy parecidas al disco de combinación para abrir cajas de caudales. Poseía, por último, un instrumento formado por un pequeño botón con su eje, del cual salía un delgado alambre rígido. Con esta pieza, llamada *bigotera*, se buscaba el contacto del alambrito con la superficie de una piedrecita o mineral del tamaño de un centavo.

Aquella piedrecita, *que cogía música del aire*, era un fragmento de mineral de galena (sulfuro de plomo), que tiene la propiedad natural de rectificar las corrientes eléctricas. Sirve, por ello, para *detectar* las ondas electromagnéticas. La pequeña caja negra, con las instalaciones adecuadas para tal fin, se componía simplemente de un condensador variable y una bobina, formando lo que se llama en lenguaje técnico un circuito radorreceptor con detector de galena.

Por un enchufe se conectaba a la caja un cable con un par de *audífonos* (teléfonos de cabeza como los usados hoy por las telefonistas en las pizarras), y por ellos se podía escuchar, entre ruidos, pausas y silbidos, que se identificaban como la *estática*, algunos sonidos de música y voces.

Aunque manejar aquella cajita requería paciencia y habilidad, la emoción estremecía a quien lograba oír aquellas señales rodeadas de apasionante curiosidad científica, y muchos cubanos empezaron a construir esos receptores con piezas y datos procedentes de Estados Unidos.

LA 2LC

Un notable músico cubano creador del género «criolla», Luis Casas Romero (en aquella época teniente y subdirector de la Banda del estado Mayor del Ejército), fue uno de los primeros en interesarse en los curiosos fenómenos eléctricos que se asociaban con la música. En unión de su hijo, Luis Casas Rodríguez, quiso dar un paso más avanzado: construir un equipo emisor de señales.

Ya en 1920 instala la planta de radioaficionados, Q2LC,⁹ basada en un circuito «Calpits» de cinco watts, en la banda de setenta y cinco a ciento cincuenta metros, usando telefonía y telegrafía.

Posteriormente viviendo en Animas # 457 entre Manrique y San Nicolas Luis Casas Rodríguez construye otra pequeña emisora basada en un circuito «Meissner» de diez watts, que previo permiso de la Secretaría de Comunicaciones, sale al aire como Broadcasting, con las siglas 2LC. Ésta inicia sus transmisiones el 22 de agosto de 1922, aunque no se inaugura oficialmente hasta el 16 de abril de 1923, operando en la banda de trescientos sesenta metros. Por esta década, aún no se había inventado el *pickup* o brazo acústico que usamos en la actualidad para reproducir los discos. Tampoco existían micrófonos tan sensibles como ahora.

Los Casas colocaban uno de aquellos antiguos fonógrafos de trompeta frente al dispositivo que recibía el sonido que luego pasaba al equipo transmisor. Los discos se transmitían así, directamente, por la reproducción sonora del fonógrafo, que no tenía ninguna conexión eléctrica con el transmisor y lanzaba la música a través del primitivo micrófono.

Poco antes de las nueve de la noche, la 2LC ponía su señal en el aire. Con una pequeña *corneta de juguete*, el propio Casas tocaba una llamada de atención. Se mantenía después una señal de identificación, dando golpes rítmicos sobre el metal de la corneta (un efecto parecido al tic-tac de la planta de Radio Reloj), hasta que el tradicional cañonazo de la Fortaleza de La Cabaña indicaba a los habaneros que habían dado las nueve horas pasado el meridiano. Entonces Casas tocaba un acorde en la pequeña corneta y daba el siguiente mensaje: «Son las nueve en punto.» Inmediatamente se ofrecía un boletín sobre el estado del tiempo. *Así nacía en nuestro país*

9 La Q fue la letra que por convenio internacional se asignó a Cuba. El número dos identificaba a la provincia en que funcionaba (La Habana), y las letras podían escogerse libremente. Adaptaron la L y la C como iniciales de Luis Casas. La clave de radioaficionados en el resto del país, era: 1) Pinar del Río; 3) Habana interior; 4) Isla de Pinos; 5) Matanzas; 6) Las Villas; 7) Camagüey; 8) Oriente.

el primer noticiario radial.¹⁰ Es de interés destacar que la PWX, durante las primeras semanas de inaugurada, recesaba sus transmisiones para dar paso a la 2LC, que daba la hora y el estado del tiempo.

Es, por tanto, la primera emisora que pone su señal en el éter desde suelo cubano, dando la hora con el cañonazo de las nueve y el parte del observatorio Nacional de *forma regular*.

Decimos de forma «regular», ya que terminada la Primera Guerra Mundial, en Cuba se incrementaron los radioaficionados, que más tarde, en muchos casos, se convirtieron en dueños de emisoras comerciales. Es decir, los equipos que se adquirían o que se confeccionaban tenían muy poco alcance y su manipulación se convertía en un *hobby* para los aficionados, los cuales, mediante una licencia como tal, se mantenían a ratos en el aire para comunicarse entre sí. Al decir de forma «regular», significamos que se diferencian del resto por *mantenerse diariamente* mediante un permiso especial, no licencia, trasmitiendo a una hora fija cualquier tipo de programación, como en el caso de la 2LC, que a medida que pasaba el tiempo la iba ampliando con una programación variada y dirigida no ya al aficionado radioemisor, sino al naciente público oyente.

10 Aunque en Cuba el uso ha hecho a noticiario sinónimo de *noticiero*, esto es una incorrección.

Noticario es un sustantivo masculino que significaba: Película cinematográfica en que se ilustran brevemente los sucesos de actualidad, o la sección de un periódico en la que se dan noticias diversas, generalmente breves, o la audición de radio o de televisión en la que se transmiten noticias.

Noticiero, en su segunda acepción, es un sustantivo masculino y femenino que significa: Persona que da noticias por oficio.

Por lo tanto, el noticiero es el que da noticias en la audición de radio o de televisión denominada noticario.

Pero como en nuestro país existe este error en el uso de estos sustantivos, en el libro encontraremos algunas veces noticiero como sinónimo de noticario cuando nos fue imposible sustituirlo, ya que se trata de títulos de audiciones radiales.

Como dato curioso copiamos el parte del Observatorio Nacional que fue leído ante los micrófonos de la 2LC por el compositor Luis Casas Romero, la noche del 22 de agosto de 1922, después de dar el cañonazo de las nueve. Este parte nos fue suministrado por Luis Casas Rodríguez:

Pronóstico del tiempo para hoy.

Casa Blanca. Agosto 22.

Golfo de Méjico y Atlántico al Norte de las Antillas:

Buen tiempo. Barómetro casi normal.

Regiones orientales y occidentales del mar Caribe:

Buen tiempo. Barómetro ligeramente bajo lo normal.

Región central:

Tiempo variable con lluvia. Ligera depresión al sur de Jamaica.

Pronóstico del tiempo en la Isla:

Buen tiempo esta noche. Temperaturas terrales y brisas; turbonadas.

Observatorio Nacional.

Note el lector la diferencia con los partes que se emiten en la actualidad.

El 6 de diciembre de 1923, en la sección de *Sparks*, cronista del *Heraldo de Cuba*, aparece por primera vez una emisora haciendo este tipo de anuncio:

La estación 2LC trasmitirá todos los días a las 8 P.M. el estado del tiempo y la hora oficial, facilitada por el Observatorio Nacional.

A las 11 y 30 P.M. también dará a conocer las noticias de última hora, así como el resultado de los sports celebrados en La Habana.

Es decir, hasta este momento, diciembre de 1923, no ha aparecido ninguna emisora de las existentes en la ciudad de La Habana (PWX, 2DW, 2AB, 2OK, 2BY, 2CX, 2FU, 2GT, 2AZ, 2TW, 2HC, 2YR, 2MG y CG) anunciando *oficialmente* la hora, el estado del tiempo, los deportes y las últimas noticias, de forma continuada, aunque la hora y el estado del tiempo los daba desde el primer día que salió al aire.

La 2AZ del *Diario de la Marina* lo comienza a realizar en el mes de agosto de 1928, cuando anuncia la hora de las noticias diariamente, a partir de las 10 y 30 de la noche.

Luego debe quedar aclarado que si bien es cierto que el *Diario de la Marina* fue el primer *periódico* que inicia el noticiario informativo por la radio, no fue la primera emisora; que dio la hora y el parte del observatorio. Esta fue la 2LC de Luis Casas Romero.

Al extenderse la duración de las transmisiones de la 2LC, entró a formar parte del cuadro familiar una hija de Casas, que ayudaba en aquellos primeros efectos sonoros y daba identificación a los números musicales que se radiaban por medio del fonógrafo de la familia. *Ella fue, en consecuencia, la primera locutora latinoamericana.* Su nombre es Zoila Casas Rodríguez. Ocurrió en el mes de agosto de 1922.

Como dato interesante hacemos constar que, según leemos en la sección de Alberto Giró, en el *Diario de la Marina*, hasta el año 1929, en los Estados Unidos... no se había oído a ninguna anunciadora en radio. Este dato que ofrece Giró no lo hemos podido comprobar. De existir alguna, es menester entonces precisar si fue anunciadora de forma continuada o no. Por nuestra parte, está demostrado que respecto a la América Latina, la 2LC de Cuba fue la primera emisora que utilizó una mujer anunciando de forma continuada los números musicales, además de dirigir un programa de cinco minutos para niños, en el cual leía cuentos. El primero que salió al aire, en 1923, narrado por Zoila Casas, fue *Pinocho*.

Años más tarde, en 1941, en las audiciones infantiles que se radiaban por la COCO y CMCK de Casas Romero, un niño nombrado Luis Ángel, sobrino de Zoila, hijo de Luis Casas Rodríguez y nieto de Luis Casas Romero, interpretaba el *Pinocho* del propio cuento en versión radial de los hermanos Rubén y Gustavo Rojo.

La 2LC, que en 1923 se mantenía en el aire más de dos horas diarias entre tarde y noche, a iniciativa de Casas Romero transmitía en la hora del mediodía un programa elaborado con rollos de pianola. Dos años antes de poner la emisora en el aire, Casas Romero se había interesado por un invento que rápidamente se puso de moda, tanto en los hogares como en los cines: la pianola. El funcionamiento de la misma se lograba mediante

el montaje de un rollo de papel perforado por pequeños hoyuelos que, de acuerdo con un mecanismo específico, tocaba una música determinada, al igual que si fuera un piano.

El compositor mambí, cuando puso en manos de su hijo Luis¹¹ los planos e instrucciones para montar la primera fábrica electromecánica de rollos que se puso en Cuba,¹² estaba convencido que para la difusión de nuestra música no debía perderse ninguna oportunidad.

Rápidamente, mediante la distribución en las casas editoras de música, la marca CASAS primero, LECUONA y QRS¹³ después, se convirtieron en las favoritas de los que deseaban escuchar buena música. Al igual que hacían con el fonógrafo, lo hicieron con la pianola, al colocarla delante del micrófono a medida que ésta se escuchaba, conectándola al toma-corrientes o tocada por el propio Casas.

Por esa época, los compositores Jaime Prats y Vicente Lanz llevaban a Casas sus partituras y este las imprimía bajo su firma. No sucedía así con Ernesto Lecuona y con la QRS que, aunque su música las imprimía Casas, llevaban la firma de sus propietarios.

Durante los años que la 2LC estuvo en el aire (1922-1928), su tema característico fue la clásica llamada de atención. Años más tarde, cuando inauguran la COC, primera planta de onda corta, donde se inicia como locutor bilingüe su otro hijo, Ernesto Casas, fue *El mambí*, pieza clásica dentro de nuestra

11 El mismo Luis Casas Rodríguez que en 1923 exhibiera en las tiendas La Emperatriz y El Encanto, en La Habana, un pequeñísimo radio de galena fabricado dentro de una cáscara de nuez, el cual se escuchaba con sus correspondientes audífonos.

12 El músico y compositor Francisco (*Tata*) Pereiras, montó, en 1914, la primera fábrica de rollos de pianola cuyas matrices se hacían a mano.

13 La QRS era una casa norteamericana que vendía los rollos de pianola hechos en Estados Unidos de Norteamérica, y como era de suponer, con música norteamericana.

Esta firma, al poner Casas Romero la fábrica de rollos en Cuba, le enviaba las matrices para que se fabricaran aquí, ya que de esa forma le salían más baratos los rollos.

música, el tema. Después lo fue de «Las emisoras cubanas», como Casas Romero hizo llamar a la COCO y CMCK.

La inauguración *oficial* de la pequeña 2LC fue el 16 de abril de 1923. Antes de la inauguración oficial, Luis Casas Rodríguez le hace una serie de ajustes a la planta, y se ve precisado a probarla en horas de la madrugada. Durante esos días, al no transmitir en la noche a su hora habitual, Casas Romero habla con el radioaficionado Humberto Giquel para que él diera la hora por la CG. La 2LC, desde el 22 de agosto de 1922 hasta 1928, fecha en que desaparece como radioemisora, jamás detuvo sus transmisiones, salvo el 10 de octubre de 1922, cuando se inaugura la PWX.

A medida que transcurría el tiempo, la 2LC fue ampliando su programación en vivo, y de aquellos inicios de algo más de dos horas diarias llegó a mantenerse seis horas en el aire. Su potencia, que era de diez *watts*, pasó a treinta y más tarde a cien.

Entre las muchas innovaciones que hizo el compositor Casas Romero está la de realizar, en la década del veinte, el primer concurso de participación directa del oyente a través del teléfono.

El programa consistía en que el oyente llamaba por teléfono, daba su nombre y cantaba. Casas Romero pegaba el auricular al micrófono y el público escribía y daba su opinión. De acuerdo con las cartas recibidas se sacaba al triunfador, cuyo premio era presentarse personalmente en la emisora y cantar, acompañado al piano, frente al micrófono. Hortensia Coalla, quien con los años fuera una de nuestras cantantes líricas más destacadas, surgió en ese concurso, premiada por la correspondencia de la audiencia de aquella época.

Durante los años que estuvo en el aire la 2LC, la alta calidad de su programación fue tal, que en el mes de julio de 1928, Alberto Giró publica en su sección de radio: «Nuestras estaciones locales deben seguir el ejemplo de la PWX, 2WX y 2LC, que regularmente confeccionan sus programas de emisiones con artistas en «persona» lo que representa para dichas plantas la preferencia de los «oyentes».

En los periódicos de la década del veinte no aparece que las transmisiones de la PWX recesaran para que la 2LC dé la hora; sin embargo, la revista *Telefónica Internacional*, sucesora de *Cuban Telephone Magazine*, más tarde llamada *Revista Telefó-*

trasmite —animando Gil— los conciertos con artistas locales y extranjeros que están de paso por La Habana.

Como los equipos de transmisión son defectuosos, las interferencias con plantas extranjeras crean una legión de protestas en los radioyentes. *SPARKS*, cronista de los periódicos *Heraldo de Cuba* y *Excelsior-El País* lo comenta en sus crónicas.

El propio Manuel del Valle (*SPARKS*), sugiere un día de silencio a la semana, a partir de las 7 p.m., para oír la programación de los conciertos norteamericanos que comienzan con la temporada invernal.

Algunos dueños de planta protestan, pero parece que eran los menos, ya que a petición de la mayoría, el Secretario de Comunicaciones, ingeniero Rafael Sánchez Aballí, firma una disposición obligando a las trasmisoras locales a terminar sus programas, no a las 7 p.m. como pedía, pero sí a las 10 p.m., los días que transmitía la Cadena Roja de la National Broadcasting WEAf, de Nueva York, las óperas comprendidas en la temporada de Chicago Civic Opera Company iniciadas esos días.

El cronista, al final de la información, dice: «Estamos satisfechos.» Poco antes de cerrarse el año —15 de diciembre de 1929—, se inaugura la 2AF de El Progreso Cubano, en la calle Monte. Su propietario: Domingo Fernández.

Se inaugura con un programa especial en que participan Amelia Izquierdo, pianista; Luisa y Estela Caimaré, soprano y pianista; y Enrique Bryon, director de la orquesta de su nombre. Fue nombrado director artístico Emilio Linares, que venía del teatro Apolo de Nueva York. Esto último se hacía destacar como si fuera una carta de triunfo.

Sin embargo, es interesante lo que escribe Alberto Giró acerca del exceso de nuestra música y anuncios en casi todas las emisoras:

Actualmente existen más de una docena de estaciones locales en la capital, que se escuchan desde el medio día hasta las doce de la noche, que se han dado a transmitir casi totalmente música popular: canciones, sones, boleros, guarachas, tangos, danzones, etcétera.

Abre usted el control de su aparato y le sale «El que siembra su maíz», «Ramona», «Mamá Inés», etcétera. Cambia de estación y oye súbitamente: «Para curar los

callos, use el unguendo tal», «Si el amable oyente padece del estómago», etcétera. En fin, que no amerita la pena de gastarse \$450.00 en un aparato.

La Comisión de Radio —creada ese propio año, 1929— debe tener en cuenta este problema de la música y de la repetición constante de anuncios.

Y termina diciendo que la música popular no siempre es comprendida ni entusiasma en el extranjero.

En cuanto a los anuncios, estimamos lógica su apreciación, pues esta situación se fue acrecentando, hasta que en 1961 la Revolución puso término a tan enajenante sistema.

Sin embargo, estuvo desacertado al opinar respecto a nuestra música. Sucedió todo lo contrario y los años han demostrado cuán equivocado estaba.

Al cierre de la etapa artesanal, es decir, el 29 de diciembre de 1929, aparece en el *Diario de la Marina* una importante información:

Por acuerdo de la Secretaría de Comunicaciones, a partir del 1ro de enero de 1930 comenzarán a regir los nuevos indicativos para las estaciones radiodifusoras de la República, de acuerdo con las series internacionales que fueron asignadas a Cuba en la convención de Radio celebrada en Washington. Las estaciones experimentales y radiotelegráficas de aficionados continuarán usando los mismos indicativos. En la forma dispuesta, quedan diferenciadas las estaciones radiodifusoras de los aficionados.

Es así que a partir de 1930, ya con las nuevas siglas o indicativos, aparecen sesenta y una emisoras en toda la Isla, distribuidas de la siguiente forma: dos en Pinar del Río; cuarenta y tres en la Habana; cuatro en Matanzas; seis en Las Villas; cuatro en Camagüey y dos en Oriente.

EXCESO DE EMISORAS LOCALES

Teniendo en cuenta que en la provincia de La Habana sale al aire oficialmente la primera emisora en 1922, y ocho años después, es decir, en 1930, de las sesenta y una emisoras que

existían en toda la Isla cuarenta y tres pertenecían a esta provincia, hemos iniciado nuestra investigación del medio radial partiendo de ellas, por estimar que fue la que sentó las bases para la posterior inauguración de emisoras en el interior de la República.

Este hecho, como era de esperar, tratándose de un nuevo vehículo de difusión, contribuyó a la formación de un tipo similar de programación cuyo contenido, tanto cultural como político, económico y social, se reflejaba en el resto de las provincias de acuerdo con sus limitados recursos.

DISTRIBUCIÓN DE EMISORAS DE ONDA MEDIA POR PROVINCIAS EN 1930

Pinar del Río	2
La Habana	43
Matanzas	4
Las Villas	6
Camagüey	4
Oriente	2

La potencia promedio de cinco, diez, quince, veinte y treinta watts era la que tenía la mayoría, y no menos de quince emisoras operaban con cincuenta, cien, doscientos, doscientos cincuenta, quinientos, mil y dos mil watts.

Por esta fecha, en La Habana existía, proporcionalmente, un mayor número de emisoras que en Nueva York.

Dos años más tarde se estimaba que habían cuarenta mil receptores en Cuba. Con un promedio de cuatro oyentes por receptor, se calculaba que existían ciento sesenta mil radioescuchas como audiencia potencial de un programa de radio.

Al iniciarse la década del treinta ya se perfila la comercialización, a medida que se incrementa la venta de aparatos y el anunciante conoce, además de la importancia del medio, su poder de venta.

Por esta época los oyentes se lamentan de las interferencias de estaciones norteamericanas y el cronista Giró hace hincapié

en explicar, con lujo de detalles, que no hay derecho a quejarse cuando se utiliza para la recepción un aparato anticuado; que la selectividad en la elección de las recepciones de programas es, precisamente, una de las cualidades más importantes de los aparatos modernos. (Aparatos que, por supuesto, había que comprar en el Norte.) También el oyente protesta por tanta trasmisión de música mecánica, a lo que responde el cronista que es preferible a la abundancia de aficionados. ¡Y qué aficionados! Sin embargo, no hace mención de las actuaciones ante los micrófonos de Gonzalo Roig, Luis Casas Romero, el maestro Pedro Sanjuán, Zoila Gálvez, Carmelina Delfín, Rafael Prada, Mercedes Menéndez, Rita Montaner, Ernesto Lecuona, García Caturla, Orquesta Azpiazu, Aniceto Díaz, Trío Matorros, Hortensia Coalla, María Cervantes, Tomás Corman y otros, que ya en el año de 1930 eran la más genuina representación de nuestra música.

Ese propio año se publica un artículo titulado «Exceso de anuncios y de estaciones locales». En el que se dice:

Actualmente en La Habana existe, proporcionalmente, mayor número de emisoras que en Nueva York. Los oyentes se quejan de los «inacabables anuncios» por radio, es decir, anuncios «largos» que cansan y molestan al oyente. Igualmente sucede en los EE.UU., pero poniéndoles música al texto.

Es decir, que se daba inicio al *jingle*, que a partir de la década del 40 caracterizaría en Cuba a uno de los principales elementos que utilizaban los publicitarios para vender.

Fue la compositora y pianista Isolina Carrillo la primera que le pone música a un texto, de la firma Sabatés S.A. Este *jingle* se hace al inicio de la década del 40, después de escuchar los traídos de los Estados Unidos de Norteamérica por el actor y director Jesús Alvaríño, que por esa época trabajaba en Sabatés y la RHC Cadena Azul, de Amado Trinidad.

Y revisando esta etapa veamos lo que se dice en un artículo firmado con el seudónimo de *Robot* y publicado a mediados de 1931 por un cronista radial.

TEATRO RADIADO, ¿NUEVO ARTE?

La acción y la pasión transmitidas a nuestra conciencia por la vía auditiva tendrá, necesariamente, que motivar deleites estéticos de un tipismo inigualado.

Así que la radiotelefonía propicia el desarrollo de un arte nuevo que implica el estudio y aplicación de nuevos procedimientos, que exigen nuevas formas y técnica propia.

El arte de captarlo todo con los oídos es el que genera y cultiva la radio.

Respondiendo a la pregunta que encabeza el artículo, hoy podemos asegurar que sí, que es un arte e hijo legítimo del teatro.

LA TÉCNICA DE LA IMPROVISACIÓN

Al legalizarse la situación de empresario radial, mediante Licencia del Estado, se establecieron los primeros horarios fijos, y la tendencia a permanecer el mayor tiempo «en el aire» para poder «pasar más anuncios». Esto creaba la necesidad de variar las transmisiones. Era necesario, además, interesar a la audiencia en la nueva etapa de la radio en Cuba: la comercial.

Comenzaron a hacerse cada vez más populares las llamadas «plantas de radio» (nombre derivado, probablemente, de la similitud que tenían entonces con los equipos de una planta eléctrica).

Los dueños de plantas, que al principio hablaban ellos mismos ante el micrófono, escogían los discos y presentaban algunos artistas, empezaron a confiar ciertos turnos a otros auxiliares: el hijo o pariente, o algún amigo de confianza. todo quedaba en familia.

Luego surgió un «empleado», que además de «hablar por radio» actuaba como «operador», es decir, manipulaba los accesorios técnicos. Estos primeros operadores se encargaban no sólo del control de estudio, sino que la mayoría intervenía también en los equipos de transmisión. En muchos casos (por no decir todos), el operador atendía las llamadas de teléfonos,

ayudaba a reparar los equipos, redactaba los anuncios y mantenía la limpieza del local, como labores complementarias de su trabajo básico, que era preparar los discos, combinar los programas, distribuir los anuncios y presentar el espectáculo durante varias horas ante los micrófonos. Aunque el sueldo no era cosa de importancia (muchos se ganaban la vida en otras actividades), tenían un estímulo, podían «complacer peticiones». Es decir, eran ellos los que se mantenían en contacto con el público, y cuando alguien llamaba a la planta para solicitar un número determinado, el operador atendía el asunto y «complacía» al anónimo comunicante. Si tenemos en cuenta que la gran mayoría de la audiencia estaba integrada por mujeres, se comprenderá el interés que había en ese tipo de trabajo, estimulado por una amplia posibilidad de sacar provecho a esa misteriosa atracción que causaba en el ánimo femenino aquella voz que salía por el «radio». Esto creaba una larga historia de romances, combinando los dos inventos vitales de la comunicación: el teléfono y la radio.

EL TROVADOR

La limitada existencia de nuestra música en discos fonográficos (no se grababan tantos por aquella época, ni existían en Cuba fábricas de discos), creó la necesidad de llenar algunos espacios con artistas en vivo.

En los turnos que hoy llamaríamos «estelares» (entre siete y nueve de la noche), se recurría al lujo de uno o dos cantantes y un pianista acompañante.

Pero en las horas de mañana y tarde, o en las últimas de la noche, surgió la figura romántica, novelesca, del trovador. Un cantor de voz suave, íntima, que decía boleros y canciones en un estilo personal, de acuerdo con su temperamento, y el acompañamiento de su guitarra. La trova, que se había iniciado en Santiago de Cuba, se desarrollaba en La Habana.

Una variante de ese estilo fue el *tanguista*, que pobló el aire tropical de todas las tragedias y agonías de la vieja guardia porteña, manteniendo por muchos años «el cielo del Tango» radial.

El trovador llenó casi toda la etapa romántica, y se contaron figuras que alcanzaron enorme arraigo popular. Su base, sin

embargo, era de origen económico: llenaba varias horas de transmisión y no costaba nada. Un hombre y una guitarra, que llegaban a la emisora y se convertían en un espectáculo, sin ensayos ni complicaciones, manteniendo una constante audiencia. Entre otros, se destacaron *Guyún*, Codina, el dúo Carbó y Quevedo, *Berto* González y Torral.

Esta figura simpática, de honda fibra popular, versión moderna de aquellos rapsodas del medioevo, también sobrevivía dentro del convencional sistema de las «llamadas telefónicas». Su retribución estaba en la cantera romántica de la audiencia femenina, de donde podía obtenerse desde el tierno idilio con una adolescente desconocida, hasta el práctico regalo de una admiradora otoñal, inclinada a demostrar su amor con valiosos objetos de uso personal.

LAS HORAS DE RADIO

Las dificultades para mantener activo todo el ciclo de transmisión dieron lugar a una fórmula criolla: alquilar «horas de radio».

Aunque el Estado había otorgado concesión a una persona, la cual era, lógicamente, responsable ante él de las transmisiones, se admitió el absurdo legal de que cualquier individuo, mediante el pago de una pequeña cuota mensual, cubriera un espacio de tiempo en la planta, pasando sus propios anuncios y organizando a su antojo el programa.

El absurdo se hacía mayor por la actitud que adoptaron los dueños, quienes estimaron que, al pagar sus derechos de uso del tiempo, los subarrendatarios quedaban en libertad de hacer en ese espacio lo que quisieran. Los concesionarios oficiales ni se sentían inclinados a intervenir en los tiempos alquilados, ni se hacían responsables de sus disparates, los cuales, según el criterio de la época, «no eran de la planta».

La radiodifusión padeció entonces su primera «enfermedad infantil». Un brote epidémico de «alquiladores de horas de radio» que llenaron el aire, «que era propiedad del Estado», con la más variada gama de audacias y atentados al buen gusto.

Como índice de esa situación, que coincidió con la terrible crisis económica del machadato, basta recordar que a todo el

que se quedaba sin empleo o afrontaba una apremiante angustia en sus entradas, se le daba el mismo consejo cordial: «¿por qué no alquilas una hora de radio?»

LA RADIO APRENDE A CAMINAR

Como todo recién nacido, por la ley natural del desarrollo, la radio creció.

La prensa, que en sus inicios la vio como una competidora oportunista que le venía a restar anuncios, acabó por admitir aquel interés de las masas por el medio, y comenzaron los primeros contactos entre periódicos y radioemisoras. En los diarios se dio espacio a los comentarios e informes sobre programas radiales. En las emisoras, recíprocamente, se empezaron a «leer noticias» tomadas de los diarios, identificando cada emisora a un diario respectivo, de acuerdo con sus intereses y conexiones.

En los incipientes medios publicitarios de entonces, modestas agencias formadas básicamente por dibujantes y pintores, no le concedieron mayor importancia a la propaganda radial, debido a que sus hombres poseían una mentalidad «gráfica» del anuncio.

Pero algunos publicitarios tuvieron la visión necesaria para consagrarse a organizar aquel medio y crear métodos de trabajo. La evolución empezó, precisamente, por las «horas de radio».

Carentes de capital y de iniciativa artística, los empresarios de «plantas chiquitas» permanecían en el pobre nivel de mantener sus programas sobre la base de discos y trovadores. Hubo emisoras que se consolidaron, dando un paso adelante, como la CMBZ, instalada en una tienda de instrumentos musicales en la calle de San Rafael, conocida como La Casa Salas. Manuel y Guillermo Salas, comerciantes del giro musical, vieron las posibilidades del nuevo medio y aprovecharon sus relaciones de negocios con la orquesta de jazz más completa y moderna de La Habana de entonces: la Orquesta Hermanos Castro. Este fue uno de los primeros conjuntos orquestales de calidad que salieron al aire, aunque en forma esporádica y limitada, después de hacerlo por la PWX, en el año 1923, la orquesta de Antonio María Romeu, la de Alfredo Brito y del profesor Barba.

Otra tienda de música, la de John L. Stowers (importador de piano), organizó su radioemisora, que adoptó programas musicales de un nivel aceptable. Este norteamericano radicado en Cuba por muchos años, tuvo una visión comercial: hizo conexiones con una fábrica de Estados Unidos de Norteamérica para importar su propia marca de receptores, que registró en Cuba como Voz de Oro. Pronto popularizó esa marca por el nombre más expresivo y pegajoso para los cubanos que la marca original: Atwater-Kent. La emisora Voz de Oro y sus receptores fueron de gran simpatía, y contribuyó mucho a una mayor divulgación radial.

En la azotea del *Diario de la Marina* se autorizó la instalación de una nueva emisora. Troncoso y Gil, socios independientes, quisieron aprovechar la ascendencia del periódico en las capas reaccionarias del fuerte comercio español, y las ventajas técnicas del edificio, de buena altura y situado en el centro de La Habana, en plena plaza del Capitolio. Sin embargo, para evadir posibles reacciones del público al asociar la emisora con el odiado órgano de prensa (tan reaccionario y anticubano), pronto hicieron llamar a su planta de una forma independiente: CMW, La Voz de las Antillas.

Papá Lavín, figura pintoresca de los pioneros radiales, fundó con sus hijos otro predio radial, en La Habana Vieja: CMX. Sus tendencias eran eminentemente populares: el son y la guaracha, el tango y los trovadores, eran la base de su programación, que acaparaba la atención en las horas matinales.

Éstas fueron a nuestro entender las plantas que marcaron los primeros progresos hacia una organización, en la etapa constructiva de la radio.

Claro que hubo otros esfuerzos encomiables, pero sería interminable la lista. Muchas de aquellas plantas iniciales desaparecieron, como la muy popular emisora 2LR, más tarde CMCW de La Loma del Mazo (en la barriada de la Víbora, entonces zona residencial elegante), en la cual se hicieron unas de las primeras transmisiones de teatro. Fue Enriqueta Sierra la primera invitada, y escribió, recitó e interpretó monólogos. Sin saberlo, abría el camino del teatro radial. Posiblemente sea la primera actriz que escribe e interpreta sus libretos para la radio cubana. Por no ser inexactos, confundiendo fechas u olvidando nombres, nos limitaremos a dar una visión general

de los hechos, sin especificar todos los nombres de aquellos compañeros valiosos.

LOS ARTISTAS DE LA RADIO

El «invento» había triunfado. Se organizaron «horas de radio» con métodos escogidos, espectáculos balanceados, distracciones que empezaron a acaparar la atención de un público numeroso.

Hacía falta artistas y se buscaron por todas parte. Muchos aficionados acudieron al llamado: se hacía arte por amor al arte. Eran muy numerosos los casos de personas que iban a pie desde lejos a la emisora por no tener dinero para el pasaje, a trabajar *gratis*.

Los empresarios fueron cambiando de mentalidad: ahora se podía aprovechar la vocación de muchos valores interesados en darse a conocer, explotando su habilidad para llenar gran parte del tiempo, cuyos anuncios producían ya apreciables utilidades.

En los casos de algunos artistas que se hacían «populares» se llegaba a un intercambio: actores y locutores «estelares» recibían el derecho a «pasar menciones» en un número proporcional a los merecimientos que la «empresa» concedía a su nombre.

De este modo un artista, con derecho a diez menciones en la planta, vendía las menciones a un anunciante y cobraba su importe, que venía a ser una retribución indirecta de su trabajo.

Como la venta en efectivo suponía una larga y difícil gestión, pronto se extendió aquel «sistema de trueques» y los artistas cambiaban las menciones por mercancías. Era corriente el caso de un locutor que no ganaba sueldo, pero comía en un restaurante, se vestía en una tienda aceptable, enviaba su ropa a una tintorería y percibía algunos extras necesarios, tales como tabacos, perfumes, camisas y corbatas, y otros objetos circunstanciales. Todo ello lo obtenía pasando esos anuncios en su planta, por lo que los gastos adicionales, vivienda y atenciones personales, requerían sólo una pequeña suma que obtenía como sueldo modesto en cualquier otro trabajo fuera de la radio.

Nosotros recordamos una curiosa experiencia: nos consideramos muy dichosos, juzgando que habíamos llegado al

pináculo de nuestra carrera radial, el día que la directora de un programa en la CMCA donde nos permitían hacer cuentos, monólogos e imitaciones, nos comunicó que estaba satisfecha con nuestra labor y nos había asignado como elemento fijo del «cuadro».

Tal puesto significaba recibir el costo de los pasajes: la cantidad en efectivo de un peso y veinte centavos por quincena. Eso eliminaba el recorrido a pie de varios kilómetros para asistir a las transmisiones. Pero, además, teníamos derecho a pasar diez menciones diarias, que se negociaban fácilmente por un par de zapatos o una camisa. ¡Indudablemente, era un gran triunfo artístico!

LA ORQUESTA

El sistema de trueque se había extendido a las orquestas, en un ingenioso método de factura típicamente criolla. Existía entonces en La Habana un grupo de «orquestas bailables» que integraban de siete a nueve músicos. Orquestas de danzones, entre las que se encontraba la de Antonio María Romeu. Fue, por cierto, la radio la que contribuyó a imponer el «danzonete», cuyo creador, Aniceto Díaz,¹⁸ estrenara en la sociedad Casino Español de Matanzas el 8 de junio de 1929, que añadía a la orquesta de rítmico sabor la voz de un cantante con melodías populares.

Estos grupos musicales eran contratados para bailes públicos y fiestas populares (las famosas verbenas de las cervecerías), sin que faltaran algunas familias que pudieran «darse el lujo» de contratar una orquesta para celebrar algún cumpleaños.

Pronto descubrieron los músicos que tocando por la radio crecía su popularidad y aumentaban las demandas para amenizar fiestas. Se llegó así a un sistema: la orquesta tocaba gratis en la

18 En 1930, accediendo a una invitación de la CMC, viene a La Habana con su orquesta y toca por primera vez frente a un micrófono su popular danzonete. En esa transmisión —nos cuenta Justo Díaz, hijo de Aniceto—, el danzonete se cantó a dúo. Sus intérpretes fueron Aguiló y Garay.

planta, a cambio de que anunciaran los bailes en que ellos iban a actuar en los días subsiguientes. Como esto suponía una propaganda gratuita para los organizadores de la fiesta, pronto se dio el caso de que no llamaran a una orquesta para ninguna fiesta «si no tenía radio». En las fiestas privadas, donde la propaganda era lógicamente innecesaria, funcionaba el estímulo aún más importante de la vanidad criolla. Todo el que llevaba una orquesta a su casa consideraba razonable que se anunciara por la radio, para que de esa forma quedara públicamente consagrada la floreciente posición económica y social de la familia. Era usual, al terminar de escuchar un númeroailable en el receptor, oír al locutor que nos advertía con toda solemnidad: «esta orquesta amenizará mañana la fiesta que se da "en la residencia" de la familia Pérez, sita en la calle tal... número tanto...»

Fue sólo después de varios años y mediante una prolongada acción sindical, que la organización de los músicos logró una ventaja laboral: los dueños aceptaron pagar el viaje diario a la emisora, que hasta entonces habían abonado los músicos.

La década del treinta fue la etapa donde las orquestas típicas, y las charangas, después de la creación del danzonete por Aniceto Díaz, llegaron a su máximo desarrollo. Sobre las mismas hablaremos más adelante.

RADIOEMISORAS EN EL MUNDO

Como dato interesante, que demuestra cómo fue Cuba el primer país de América Latina y uno de los primeros en el mundo cuya cantidad de emisoras lo hacían una potencia radial, veamos la estadística publicada en el *Diario de la Marina* el 1ro de enero de 1933.

ESTADÍSTICA DE LAS EMISORAS RADIODIFUSORAS QUE FUNCIONAN EN TODO EL MUNDO

Según una comunicación de la Oficina Telegráfica Internacional de Berna, existían en el mundo a principios del segundo

semestre del año actual 1 203 estaciones radiodifusoras en funcionamiento para el público.

América	789
Europa	277
Oceanía	88
Asia	43
África	6

Los países que cuentan en la actualidad con mayor número de estaciones son los siguientes:

Estados Unidos	625
Canadá	77
Rusia	68
Cuba	62
Suecia	31
Australia	30
Alemania	29
Francia	28
Uruguay	25
Inglaterra	22
Brasil	22
Argentina	17
Japón	17
China	14
Noruega	13
Bélgica	12
Italia	11

UN AÑO DESPUÉS

La programación en La Habana en el mes de septiembre de 1934:

Periódicos del Aire	38
Horas políticas	18
Comedias, zarzuelas y dramas	8
Horas humorísticas	3
Conferencias, charlas e informaciones	18
Canciones y tangos	33
Cine y temas de películas	7
Deportes	1
Religiosos	3
Música variadaailable	77
Música clásica	23
Programas variados	38

Aunque existían estaciones de radio que tenían tres o cuatro diarios hablados y de tendencias opuestas, por la cantidad de «periódicos del aire» se deduce que casi todas las emisoras tenían un espacio dedicado al mismo, aunque como más adelante explicamos, solamente *La Voz del Aire*, de la CMCD y uno que otro que se iba organizando, tenía un cuerpo de redactores independiente de los que trabajaban en los diarios escritos.

Por otra parte, de acuerdo con la cantidad existente, ya los políticos conocían la utilidad de una hora en un medio de difusión que empezaba a controlar una gran audiencia, a medida que llegaba al pueblo.

UNA RADIODIFUSIÓN PECULIAR

En el espacio de treinta y siete años —1922-1959— Cuba alcanzó un nivel de desarrollo radial que sobrepasó con creces

el índice aplicable a un país de tan limitada extensión y sólo seis millones de habitantes. La ciudad de La Habana, que se puede recorrer a pie de un extremo a otro de sus límites urbanos, contaba en 1939 (año que marca el punto más alto en su curva de crecimiento radial), con treinta y cuatro emisoras locales de onda media. Cada una con su programación individual, comenzada generalmente a las 6:00 a.m y mantenida sin interrupción hasta la medianoche, con un promedio de dieciocho horas diarias de permanencia en el aire para cada emisora.

Aunque gran parte de ese tiempo era cubierto con discos fonográficos y la potencia promedio de cinco kilowatts daba un alcance limitado a la provincia, no menos de seis radioemisoras principales operaban entre los diez y quince kilowatts, manteniendo una programación con *talento vivo* prácticamente en todo el tiempo de transmisión.

A esto hay que añadir cuarenta y seis emisoras locales independientes, que operaban en las seis provincias que forman el territorio nacional y once emisoras de onda corta.

Hasta dónde se hizo sentir la gran cantidad de emisoras locales, lo demuestra un artículo publicado en la revista *Radio Guía*¹⁹ bajo el título de «La pugna entre Teatros y Emisoras», en el cual se dice:

La Unión Nacional de Empresarios Teatrales ha levantado su voz de protesta ante el Director de Radio, quejándose de la competencia, que según ellos, les hacen las emisoras, a cuyos estudios asiste una cantidad de público, para presenciar las audiciones y consideran que pagando los teatros un elevado tributo al fisco por diversos conceptos y teniendo mayores gastos en todo sentido que las emisoras, no es justo que éstas, dándole entrada gratuita en los mismos, impidan la concurrencia del público a sus teatros y además se les tengan eximidas de contribuciones.

Detrás de todo esto estaban las compañías de películas norteamericanas, por un lado, y, por otro, las casas distribui-

19 De agosto de 1939, p. 43.

doras, que con los dueños de cines, formaban la trilogía del monopolio pelicularo.

También contribuyó a que la UNET asumiera esta actitud, la legión de programas de aficionados surgidos, producto del éxito de la Corte Suprema del Arte.

Esta amplia red de radiodifusión produjo el desarrollo de un personal artístico y técnico especializado. Los métodos más avanzados del sistema radio-comercial norteamericano se aplicaron en Cuba, con las necesarias variantes que lo ajustaran a un medio económico más reducido, que contaba con menores índices de consumo.

Artistas escritores y directores de radio, salieron con frecuencia de Cuba para ocupar posiciones destacadas en la radiodifusión en casi todos los países de la América hispana e introdujeron en unos y ampliaron en otros, los estilos artísticos y métodos de trabajo, dando a la radiodifusión latina, tanto en arte como en su aspecto publicitario y comercial, una reconocida influencia de las normas creadas en La Habana.

Iguales circunstancias se produjeron al surgir la televisión: Cuba fue el tercer país latinoamericano que instaló el video, logrando la necesaria simplificación de sus costosos métodos hasta alcanzar una calidad artística más o menos aceptable y permanente que permitiera su operación costeable en los bajos niveles económicos hispanoamericanos. Esa experiencia sirvió de base a todos los demás sistemas de televisión que se establecieron después en el centro y el sur del continente americano.

CONTRADICCIÓN RADIAL CUBANA

Un defecto evidente de esta expansión radial fue que no se establecieron en el país los recursos industriales que permitieran sostener el sistema radiodifusor con la correspondiente producción de equipos. Transmisores y receptores, tubos electrónicos y demás piezas y accesorios de audio han dependido siempre de la importación.

Cuba presentaba en 1939 el caso curioso de un país con altas técnicas de radiodifusión, una extensa reserva de talento artístico, profesionales especializados, pero sin una sola fábrica de

equipos radio-eléctricos (ni siquiera una planta de ensamblaje de receptores). Sólo algunos talleres privados, en modesta escala, realizaban reparaciones y construían pequeños accesorios de repuesto, principalmente en la línea de devanado de transformadores. El mantenimiento de los equipos se resolvía con piezas de repuestos importadas de las fábricas de Estados Unidos de Norteamérica y en una escala menor, de Holanda, Inglaterra, Japón y Alemania.

La supuesta «industria radiodifusora» en la que invertían anualmente muchos millones de pesos-dólares grandes firmas anunciadoras, que sostenían una programación de alta organización, quedaba así a merced de la total importación de sus equipos industriales y técnicos. Nadie dio importancia a tal contradicción, a pesar de que en los años posteriores se organizaron tres cadenas radiodifusoras con igual número de programaciones independientes que cubrían el territorio nacional por medio de plantas retransmisoras unidas por hilo telefónico, las cuales vinieron a añadirse al excesivo número de emisoras locales independientes.

EN LOS ALBORES DE LA LITERATURA RADIAL

Diálogo para la Radio hablando por una señorita y un caballero. Fue transmitido por la estación ATS de Cienfuegos, en el año 1923.

UNA COQUETA GALENITA Y UN VANIDOSO RADIOTRÓN

G. —Cada día estoy más contenta de haber nacido Galena.

R. —Oye Galenita, ¡mira, que tú eres coqueta! Estás satisfecha de ser Galena y el pobre que tiene que oír contigo buenos trabajos pasa.

G. —¿Conmigo? Qué ingrato eres querido Radiotrón... ¿Hay acaso ser más inofensivo que yo? ¿Por qué dices que doy trabajo?

R. —Ya lo creo que das trabajo, Galenita, sabes tú lo que es estar atento a que el «bigote de gato» caiga bien sobre una de tus aristas o que estés algo grasosa, en fin eres una lata!

- G. —No Radiotrón, tú exageras, si el bigote de gato está limpio, si lo colocan sobre cualquiera de mis aristas, en fin si a mi me dan un buen bañito de alcohol y me secan yo te aseguro que el que conmigo oiga, no se queja en toda la noche, pero, tú... tú si das lata, muchas noches oigo decir a mi amo: Esta Galenita no la cambio ni por un equipo Eterodine, esta tiene rabia para coger conciertos locales de estos criollitos que oímos en La Habana.
- R. —Sí, Galenita, algo tienes de razón, pero dime. ¿Cuándo puedes tú dar una nota tan alta como yo?, chica, si a tí ni siquiera se te puede aplicar un Magnavox.
- G. —Si Radiotrón, estoy de acuerdo en eso pero dime: ¿de qué te vale eso si las más de las veces estás maullando como un gato que le pisan el rabo, o roncando como un haragán que duerme la siesta, o amolando serruchos en piedras de amolar, en fin si a todo esto te agregan un Magnavox dime, ¿qué clase de escándalos serán los que formas en la cuadra? no, es posible; entonces te defiendes diciendo que es la regeneración, y otras causas que yo a nadie puedo atribuir; yo no regenero.
- R.—Galenita veo que me estás atacando y dime, cuando la noche está buena y a mi aparato le da la gana de portarse bien como dicen los fanáticos de Radio siendo esa noche selectivo, acoplador, etcétera.
- G. —Sí, querido Radiotrón, si la noche está buena para tí, para mí estará maravillosa, pero las más de las noches no es así porque muchas noches oigo achaques tuyos.
- R: —Dime Galenita ¿cuáles son esos? porque me dejas perplejo.
- G. —Pues te diré, cuando la noche está buena lo más probable es que esté malo el acumulador y si no es este entonces son las pilas y si no son las pilas serán tus compañeros los otros tubos y si no será la antena, pero sí te aseguro que a dar lata no hay quien te gane, lee, lee chico las revistas de Radio y verás las opiniones, Armstron dice: que el Super regenerativo, que su Flivver, Fleming recomienda el de él. De Forest... su Reflex por otro lado los Eterodines luego el

Neutrodine y en fin tienes el Mu Rad, el Fada, Paragón y no sé cuantos, que cuando no es por pitos es por flautas y en conclusión dan 25 noches del mes malas, tres medianas y dos buenas, mientras que yo, humilde Galenita siempre soy la misma, no cantaré muy alto ni usaré Magnavox, pero ya te digo no doy trabajo y con un bañito de alcohol de vez en cuando ya estoy entonada, selectiva, acumulada, superregenerada y todos los calificativos que tú por vanidad vas adquiriendo, sin contar que a mi me manejan hasta los niños mientras que a ti... los expertos... así dicen...

R. —Te acepto todo Galenita pero, ¿a distancias tú no llegas verdad?

G. —Ciertamente pero ya te digo para oír mal los conciertos de fuera prefiero oír claritos los de Casas, Giquel, Mosquera, y esa garganta prodigiosa de Falcón que no hay fuera de 25 millas quien lo imite y a ese lo oigo bien y «bien» según dice la gente.

R. —Me mataste Galenita, me mataste...

El Anunciador Incógnito de Cienfuegos.

Es posible que este sea el *sketch* más antiguo que se conoce. Hasta el presente no hemos podido encontrar ninguno anterior, al igual que a pesar de nuestra minuciosa búsqueda, se desconocen el autor y los intérpretes.

PRECURSORES DEL LIBRETO Y SU TÉCNICA

Después de hacerlo de forma humorística Sergio Acebal, una de las glorias de nuestro teatro bufo, y, más tarde, junto a *Pepe del Campo* (cuyo nombre verdadero era Juan Firpo Cuyas) por la PWX de la Cuban Telephone Company; y esa genial figura del teatro y la radio que fue Enriqueta Sierra, recitando e interpretando monólogos y pequeños *sketchs* con Miguel Llao —*sketchs* que ella escribía con el seudónimo de Raúl Thierry—, es al iniciarse la década del treinta cuando, en Santiago de Cuba, Félix B. Cagnet promueve la narrativa infantil en la radio, por

la CMKC, con su *Chilín y Bebida*: y a principios de la propia década el escritor Franco M. D'Oliva escribe las primeras radiocomedias.

Por esta época, opinan escritores y críticos en los Estados Unidos de Norteamérica y en Cuba, no merece la pena escribir una obra teatral para pasarla un solo día. Ellos escriben para ver un éxito que se traduce a cien representaciones o más.

Franco M. D'Oliva, además de precursor de este género en Cuba, fue la primera persona que vio las grandes posibilidades de un medio que, a su vez, se iniciaba en los Estados Unidos de Norteamérica con todos los recursos técnicos y artísticos de quienes lo manejaban.

A D'Oliva, que es un indiscutible creador, también le cabe el honor de ser el primer cubano que escribe un libro de radio-comedias, editado en 1941, y que tituló *Siete radio-comedias*.

Aun aceptando que a sus manos llegaron revistas y escritos norteamericanos explicando el nacimiento de la técnica de lo que en esa época era un moderno método de expresión, no podemos negarle, entre otras cosas, la visión y el concepto que tenía del trabajo en equipo, según lo hace constar en la nota de agradecimiento que dedica a sus colaboradores:

La transmisión de una Radio-comedia es un empeño cooperativo. Los directores de la planta, los mecánicos, los encargados de los efectos y de la música, y los actores, todos ponen su parte en el éxito. Por esta colaboración dejo aquí constancia del agradecimiento del autor, que ha visto muchas veces avalorada su producción por el empeño e inteligencia que todas esas personas han desarrollado en la transmisión de sus comedias.

Aunque por esta época los micrófonos que se utilizaban eran de cristal en algunas emisoras, obligando a los actores a mantenerse frente a los mismos a una distancia no mayor de una cuarta, además de no existir mesas de sonido de tres platos, es de un interés extraordinario cómo sus libretos, aunque sin narradores, reunían toda una serie de detalles que los convierten, aún en la actualidad, en un modelo de técnica radial, aunque los mismos, en 1930, por la falta de medios, no hayan podido ser llevados a feliz término, al no contarse con los elementos y conocimientos de dirección que en los mismos se piden.

Resulta importante destacar parte de un artículo que apareció en la revista *Radio Club de Cuba*, y que firma C.A. de Silva, donde plantea: «Escasas son las obras que se han escrito en el extranjero y no sabemos si en Cuba hay alguna, para ser transmitida por radio. Los autores de fama se niegan a dedicar su producción al radio.»²⁰

Esto, que fue el principal obstáculo que tuvo el radio-teatro en sus inicios, ya en esa época el autor Franco M. D'Oliva lo había superado.

A fines de 1930 fue estrenada en la CMK, del Hotel Plaza, patrocinada por José Giralt, la comedia *En las costas de Gran Bretaña*, en la que actuaron como intérpretes principales: la actriz española Antonia Herrero y el actor Guillermo de Mancha. Sobre este estreno nos dice Alberto Giró.

La repetición del Boceto de Comedia *En las costas de Bretaña*, transmitido el pasado miércoles, nos hace reconocer, más que nunca, cómo el Radio ha creado un arte verdaderamente nuevo. Hemos oído comedias escritas para el teatro, admirablemente interpretadas por Radio. Hemos escuchado monólogos, recitaciones, diálogos de Vital Aza, de los Hermanos Quintero; pero en todos se notaba la falta de algo. Y es que las comedias para el radio han de ser expresamente escritas para el Radio, y esto ha quedado bien demostrado al escuchar *En las costas de Bretaña*. He aquí una historia completa, llena de interés, de intensa emoción y, sin embargo, de una sencillez encantadora y que se desarrolla en menos de treinta minutos sin pesadas descripciones ni detalles explicativos que vienen a romper el hilo de la trama. Un pequeño prelude musical, sabiamente adaptado para predisponer el ánimo al ambiente de la comedia, y comienza el diálogo, que, sin darnos cuenta, nos coloca en el lugar en que la escena tiene lugar, dejando a nuestra propia imaginación el aspecto del mismo y el de los personajes, cuya sola voz oímos. Termina cada escena y de nuevo la música

20 Número 5, marzo de 1930.

nos da la impresión del tiempo transcurrido entre escena y escena y mantiene nuestro espíritu triste o alegre, según se desarrolla la trama, hasta que al fin, la propia música da fin a la historia, que hemos vivido intensamente durante su corta duración.

El argumento de *En las costas de Bretaña* no puede ser más interesante. Amor, sacrificio, dolor, alegría, celos, felicidad todos los sentimientos que son la vida, han sido llevados a una sencilla historia que se desarrolla en un pueblo de la costa, entre gente de mar. Admirablemente ideada y escrita y tan admirablemente interpretada por Antonia Herrero y Guillermo de Mancha, nos hizo sentir intensamente, hasta el punto de sacar las lágrimas a nuestros ojos, y, sin embargo, el final feliz, viene tan lógicamente, que no nos roba la perfecta ilusión de la realidad.

Sin embargo, no fue hasta pasado algunos años cuando comenzaron a surgir, ya de forma permanente, considerada la literatura radial una especialidad, escritores para el medio; mientras, se fueron incrementando el radio-teatro y la radio-novela, cortando obras ya conocidas a medida que se comenzaban a adaptar otras.

LOS CUADROS DE COMEDIAS

Y el drama llegó a la radio. El disco, el trovador, la orquesta típica, recibieron al noble aliado. La radio se hizo mayor de edad, al convertirse en el espectáculo más completo. Noticias, canciones, bailables, literatura, versos, comedia y drama... ¿Dónde encontrar una gama tan extensa de entrenamientos? Y todo ello traído a casa. El pueblo dictó su fallo inapelable: la radio-difusión se convirtió en el pasatiempo favorito de la población entera de Cuba, y sus artistas en ídolos del pueblo.

Varios de los empresarios independientes que arrendaban horas de radio, organizaron cuadros radiales que, bajo la dirección de una prestigiosa figura del teatro, reunían a aficionados y a actores profesionales en un esfuerzo serio por elevar la expresión artística del medio y crear nuevas modalidades.

Como hemos dicho, los recursos físicos eran muy limitados. No se disponía de estudios eficientes. Un cuarto de una casa, con sus arbitrarias medidas, recubierto de cortinas, cartones o sacos de yute, servía de estudio. En muchos casos, la pizarra de control estaba dentro del propio estudio. (Tal era el caso de la primitiva CMQ en la calle 25 No. 225, en el Vedado.)

Con un solo estudio disponible, para entrar en él los miembros del cuadro de comedias tenían que esperar a que salieran los músicos de la orquesta que les precedía en la transmisión.

Esta maniobra exigía una pausa de algunos minutos «para que se ventilara el estudio», pues se trataba de un cuarto totalmente cerrado, donde la transpiración dejaba una insistente estela. La palabra «aire acondicionado» todavía no había sido importada, ¡ni se conocía siquiera! Sólo el Teatro Encanto, como una atracción exótica, exhibía junto a los títulos de sus películas, una exclusiva leyenda: «disfrute el ambiente *refrigerado*».

Sin embargo, los románticos de aquella época: técnicos, escritores y artistas, al poner toda su inteligencia y entusiasmo, lograban superar las limitaciones. Se ponía en la voz tanta sinceridad y emoción, que la obra teatral triunfaba por encima de todos los obstáculos. Todo descansaba en la voz y en la imaginación concentrada del artista, no se hacían los efectos sonoros con la técnica actual, ni se ponían fondos musicales ni transiciones.

Con aquellos pobres medios acústicos, orquestas pequeñas daban una sonoridad espléndida, con un solo micrófono de carbón que recogía todos los instrumentos. Porque los músicos de entonces tenían una constante preocupación por colocarse en diversos ángulos, en variar de sitio, en buscar, junto con los operadores, aquella posición más favorable a su instrumento.

Pronto surgieron distintos cuadros de comedia en varias emisoras, que más adelante relacionaremos, y el teatro radial se definió como la base del espectáculo de las ondas, que en su ciclo inicial se limitó a transmitir los dramas y comedias escritos para el teatro, con los «cortes» necesarios para el tiempo radial, y ligeras modificaciones en el diálogo, hechas sobre el propio libro impreso que utilizaban directamente los artistas.

SUPERACIÓN DEL RADIO-TEATRO

Estos cuadros radio-teatrales, formados por aficionados y artistas noveles unidos a veteranos del teatro tradicional, mantenían cierta libertad para la elección de sus obras.

En sus comienzos, prevalecía el criterio artístico de la dirección, confiada a una figura prestigiosa, que había viajado en giras teatrales y había estado en contacto con distintos públicos durante muchos años. Esa experiencia les permitía conocer el gusto popular y les daba por lo menos un sentido profesional para seleccionar las obras. La mayoría de ellos eran, además, personas de cierta cultura, ampliada por buenas lecturas y frecuentes relaciones con centros culturales que visitaban en sus giras artísticas. Las llamadas telefónicas y las cartas de los oyentes contribuían mucho a orientar en tales decisiones, ya que el radio-teatro concentró una audiencia de más alto nivel cultural.

El único defecto que puede atribuirse a estos iniciadores del drama radial es que, por su procedencia, estaban demasiado apegados al convencional teatro español y un poco desvinculados de los modernos movimientos teatrales. Era la consecuencia lógica de la crisis teatral sufrida en Cuba, precisamente cuando el arte teatral se vitalizaba en el extranjero.

Sin embargo, eventualmente, los grupos más serios estrenaron obras de autores importantes de Francia, Inglaterra y Estados Unidos, y se dieron a conocer en Cuba, por vez primera, algunos de los valores más significativos del teatro ruso, tanto sus clásicos como los soviéticos de aquella etapa.

También surgieron de estos grupos los primeros intentos por crear una modalidad radial propia, y se le dio cordial acogida a los primeros autores que escribieron en nuestro país una literatura original para el espectáculo de las ondas. Debemos destacar, entre otros, a Franco M. D'Oliva, F.B. Caignet, Eduardo Zamacois, López del Rincón, José Ángel Buesa y Antonio Felip. De este último es digna de tenerse en cuenta su labor desplegada como periodista en la revista *Radio Guía*, acopiando datos para confeccionar la historia de los pioneros de la radio, aunque la misma no fue terminada y los datos que publicaba no fueron verificados en la mayoría de los casos.

Vemos, pues, que cuando el teatro convencional cayó en un total abandono de actividades en Cuba, fue la radiodifusión la que levantó su bandera de superación y llevó a las masas de todo el país su valioso mensaje de arte teatral. Y no sólo hizo una importante labor de divulgación cultural, sino que mantuvo vivo el interés por el arte teatral, y acogió como nueva fuente de trabajo a todos los artistas a quienes el teatro formal les había cerrado sus puertas.

Nada ha servido mejor a la causa del teatro como aquel esfuerzo de la radio, que abrió sus estudios acogedores cuando todos los telones en Cuba se habían quedado inmóviles.

LAS PRIMERAS LECCIONES

Precisamente, por contar con una dirigencia de procedencia teatral, en el radio-teatro se crea un ambiente inicial donde la disciplina se aplica con rectitud. La jerarquía artística de la figura central imponía respeto a los aficionados y noveles.

Tal vez se exageró un poco, pero ello sirvió para forjar las primeras generaciones de artistas, locutores, escritores y técnicos radiales. Aquella disciplina, basada en el afecto que se le tomaba a quien enseñaba a hacer bien las cosas, y a un verdadero *compañerismo* que se engendraba en una labor casi familiar para vencer las dificultades, les dio el ahínco y el entusiasmo creador, que más tarde les hizo ganarse el respeto y el favor del público como precursores del arte radial.

Antes que todo, consideremos que los programas no se grababan. Un libreto se leía en sesión colectiva, se ensayaba después (por lo general en día distinto), y se interpretaba entonces en la transmisión, a la hora que fuese necesario.

El actor, al trabajar en un «programa en vivo», sabe que un error que cometa no tiene arreglo. Se concentra, por tanto, para evitar toda equivocación posible. Únicamente pueden ocurrir aquellas equivocaciones inevitables; un *camelo*²¹ o uno de esos

21 *Camelo*: Palabra incomprensible o equivocada, pero entonada y dicha con gran osadía, que puede o no romper el desarrollo de la obra.

lapsus que humanamente son incontrolables, en lo que en la jerga teatral llamamos «meterse en un jardín».²²

En el llamado *pase de lectura*, equivalente a un primer ensayo, ya la dirección artística hacía las sugerencias e indicaciones. *Montaba* a cada cual su personaje, explicaba el tipo psicológico, le marcaba las entonaciones y matices. Esta lectura colectiva era a veces, en la práctica, una verdadera clase de declamación.

Se hacía entonces un ensayo de conjunto, donde los intérpretes marcaban ya sus papeles en detalle, y se tomaba el tiempo de la interpretación. El tiempo de ensayo era, en muchos casos, más del doble de lo que se aplica en la actualidad. Prácticamente no había tiempo límite para el ensayo: se tomaba el necesario para comprender y *montar* la obra, pues los ensayos se hacían fuera de la emisora, sin que existieran problemas de uso de estudio. Si la obra tenía algunas dificultades, se acordaba un ensayo adicional por la dirección artística, cuyas decisiones no admitían discusión alguna.

No se conocía en el ambiente radial de entonces nada parecido al «Método de Stanislavsky». Pero, en la práctica, se estaban aplicando muchos de sus principios, aun por aquellos que ni siquiera habían oído mencionar al famoso creador del Teatro de Arte de Moscú.

Eran los ensayos una clase diaria, una labor colectiva de crítica y superación. La imaginación y la concentración, la sinceridad de la interpretación, eran los objetivos fundamentales de un grupo de trabajo que no medía el éxito por el dinero ganado, ni por el menor tiempo empleado en adquirirlo. La enseñanza de los veteranos se recibía cordialmente por los noveles, y había una recíproca simpatía en dar y recibir consejos. Con frecuencia, un aficionado recibía un papel con determinada escena difícil, y el resto del cuadro atendía con máximo interés. Se reunían junto al novel artista los que no actuaban en

22 *Meterse en un jardín*: Dícese así cuando el actor, al escapársele un concepto, inventa palabras sin hallar las salidas para redondear su parlamento.

esa escena, y luego daban sus consejos y felicitaciones, en una fructífera labor que estimulaba al compañero.

Pronto los que reunían condiciones comenzaban a destacarse, y así se fue formando una legión de actores que dominaron el medio de expresión radial. Algunos de aquellos noveles son figuras consagradas en el momento de escribirse este libro, y están en sus mejores condiciones artísticas dentro de su tipo de trabajo.

Si analizamos todo lo expuesto es fácil romper el mito que pretenden crear los que afirman que la anterior generación artística «aprendió sola».

Con frecuencia se oye decir eso a ciertos artistas que ven con indiferencia proyectos de superación y de estudio, basados en que, según ellos, antes se aprendía sobre la marcha, y no existían métodos ni academias o centros oficiales para desarrollar el arte radial.

Los que empezaron este camino pensaban de muy distinta manera. Sabían lo que se podía aprender con las figuras que tenían más experiencia, y era tan valioso el proceso educativo de los ensayos, que muchos asistían para observar, aun cuando no tomaran parte en un reparto.

Recordamos que cuando nos iniciamos en las labores radiales, como ya expusimos, éramos mimetista. Con el deseo de ampliar nuestras posibilidades pedimos permiso al director Luis Manuel Martínez Casado para presenciar sus ensayos, lo cual provocó una sonrisa de benevolencia en él.

—¿Asistir a los ensayos?... —nos dijo con cierta incredulidad.

—Es que nos interesa aprender... —le contestamos algo confusos.

—Pero, en lo que tú haces... ¿qué te pueden enseñar? Eres un imitador, un creador de tipos... eso no se enseña: es intuitivo.

Nos quedamos un poco desilusionados. Habíamos oído comentar a muchos compañeros que esa facultad de imitar tipos y personajes de actualidad puede perderse con los años. Insistimos con el director:

—¿No nos pasará lo mismo, que con el tiempo no podamos hacer imitaciones de personajes?

Sonriendo de nuevo nos explicó más detalladamente el asunto:

—Mira, muchacho... nos dijo, dándonos una palmada en el hombro. Lo que le sucede a muchos imitadores es que se limitan a eso: a *imitar* un tipo. Copian la voz, los

matices y el acento de un personaje real que ellos han visto y conocen. Lo oyen hablar, y repiten lo que oyen. Pero un día tienen que *crear*, es decir, hacer hablar y actuar a su personaje, dentro de una situación que no ha sido vista ni oída en el personaje original que están imitando. Entonces fracasan porque no tienen modelo de dónde copiar la actuación. Cuando llegan a ese conflicto, suelen decir que han perdido las facultades. Pero la realidad es otra... nunca tuvieron las facultades, porque hay una gran diferencia entre *imitar* y *ser actor*.

—¡Por eso queremos presenciar los ensayos, porque más que imitador, desearíamos ser actor! —le comentamos convencido.

—Entonces... puedes venir cuando quieras. No conozco otra manera de llegar a ser un actor que la de estudiar y aprender con los que tienen más experiencia.

Quien así nos habló es uno de los cinco pilares que ayudaron a formar varias generaciones de actores y directores en medio siglo de radiodifusión.

Esta sencilla anécdota puede confirmar el interés que había en aquella época por el intercambio de conocimientos en el oficio, y el valor que se concedía a los ensayos, como base de una superación para el actor, tanto los noveles como los veteranos.

Con el tiempo el factor comercial fue tomando mayor importancia, y las condiciones de trabajo se fueron alterando.

1930: CRISIS

La base económica de la radio había sido precaria hasta la primera mitad de la década del 30. Tiendas modestas, pequeños fabricantes de ropa, mueblerías, eran los primeros clientes. Algunas industrias: cigarros, refrescos, chocolates y alimentos, sostuvieron las primeras «horas de radio».

Actrices y actores ya profesionales con arraigo en el público, percibían un peso cincuenta centavos por actuar en una comedia en tres actos. Las figuras secundarias, cincuenta centavos por actuación, en presentaciones de una o dos veces por semana.

Algunos cuadros de comedia, con audiciones fijas más estables, disfrutaban de sueldos o «iguales» que variaban de

cuatro a diez pesos a la semana para sus miembros. La figura máxima del radio-teatro de aquella época ganaba un sueldo de ochenta pesos mensuales, que se estimaba excepcional.

Debe considerarse, por supuesto, el bajo nivel de salario que había en Cuba en esa época, en plena crisis económica de la dictadura de Machado. Por otra parte, un peso tenía más valor adquisitivo. Un traje de hombre de «crash de lino» costaba cuatro pesos. Por doce se compraba un «dril Taylor». Un almuerzo completo y balanceado se obtenía en buenas cafeterías por veinticinco centavos.

Estos precios eran consecuencia de una angustiada falta de trabajo, que mantenía a la población sin recursos, sin poder comprar ni aun los artículos de mayor necesidad.

Aunque lo ganado en la radio era insignificante, representaba una valiosa ayuda, ya que el tiempo dedicado a ensayos y transmisiones era eventual, y dejaba margen suficiente para otras ocupaciones. La radio se consideraba una cosa «extra».

Siendo escaso el número de compradores, las tiendas pequeñas eran los clientes que más utilizaban la radio, asociando, a veces, la emisora con el establecimiento comercial. Esa fue la razón de ciertas denominaciones: CMBZ de La Casa Salas, CMQ de La Casa de las Medias. También fue muy interesante por esa época, uno de los primeros «controles remotos» (el animador fue René Cañizares) en un programa matinal variado que se producía a la vista del público, en el local de Los Precios Fijos, combinando el espectáculo con «ventas especiales» promovidas entre los curiosos que venían a presenciar la transmisión, radiada por CMQ.

LA RADIO APRENDE INGLÉS

Ya indicamos cómo algunos publicitarios introdujeron nuevas ideas en la organización radial. Y hemos consignado también el abandono oficial en que se dejó al medio. La falta de centros de estudios específicos, y la carencia de libros sobre radio en nuestro idioma, hizo que los elementos más inquietos buscasen una orientación en los numerosos libros sobre la materia que se editan en los Estados Unidos de Norteamérica.

Esto, unido a la tendencia general de aplicar en Cuba las normas y nomenclaturas empleadas en la publicidad norteamericana (por las mismas causas de carecer de fuentes locales), hizo que se comenzaran a emplear términos ingleses en muchas fases del proceso radial.

Como sucede siempre, los que llegaban a última hora, sin haber pasado por el ciclo romántico que desarrolló a los primeros valores, trataron de cubrir su falta de experiencia haciendo una exhibición de sus conocimientos teóricos, adquiridos en forma reciente por la lectura de los tratados yanquis.

Entonces surgieron los «expertos teóricos» que con gran aire de genialidad hablaban del «main control», del «talk-back» y del «cross-fade.». Se juzgaba el «timing» de los programas, y a la vieja fórmula de las cartas y llamadas telefónicas se le empezó a sustituir por los primeros «surveys». Un violento y frío aire del Norte empezó a llevarse mucho de lo espontáneo, de lo popular y criollo que había construido nuestra radiodifusión.

DESAPARECEN LOS ROMÁNTICOS

A medida que el negocio crecía en la radio, disminuía aquel grado de entusiasmo colectivo y desinterés artístico que lo había forjado.

Los segundos empezaron a valer cientos de pesos, y el tiempo ya no podía usarse con tanta prodigalidad. El concepto de la *calidad* fue reemplazado por el de la *cantidad*.

Durante el romanticismo radial, la buena calidad era lo esencial. Se estaba consciente de que, a más ensayos, mejores programas.

Aquellos «dueños de planta» cordiales y fraternos, que compartían el trabajo en un ambiente familiar, se fueron transformando en magnates difíciles de ver. Las conexiones políticas y los grandes negocios los alejaban de la actividad interna de la emisora, y surgieron los mecanismos burocráticos en los cuales las empresas manejaban el negocio desde niveles superiores.

Perdieron el contacto con la realidad del trabajo radial, y se consagraron a disfrutar de grandes utilidades.

Los que no fueron capaces de competir en ese terreno, imposibilitados ya de sostenerse en el plano romántico de los primeros días, se retiraron del gremio, o vendieron y cedieron sus plantas.

Los sub-arrendatarios de «horas» fueron reemplazados también por la acción más organizada de las Agencias Publicitarias, que tomaron los «tiempos» para sus clientes, y por algunas grandes firmas industriales que invadieron la radio para adaptarla a sus métodos privados de estímulo a las ventas.

Como una reacción natural al nuevo clima, los artistas perdieron algo de aquella inquietud vocacional, y empezaron a confiar en los métodos artificiales de valorizarse: las fotos en la prensa, las portadas en colores en las revistas, «entrevistas» y notas de comentaristas, empezaron a tener más peso en el ambiente que aquellos largos esfuerzos de ensayo y superación que habían forjado a la generación de los pioneros radiales.

Y siguiendo la vieja tradición del teatro, la mayoría de aquellas grandes estrellas, actrices y actores, que habían enseñado a sus «pinos nuevos» el gran arte expresivo del micrófono, fueron retirándose de los estudios y alejando sus voces queridas de las ondas. Daban paso a nuevas figuras: el público escuchaba nuevas voces.

Se iban los viejos maestros, y con ellos, la etapa romántica. Con los nuevos, juventud, ambición, dinamismo; llegaba otro ciclo. la radio era un negocio. Un gran campo para ganar dinero.

PERIÓDICOS DEL ESPACIO

La radio, «periódico sin papel», llamado así por Lenin, lo fue desde su origen, aunque de acuerdo con nuestras investigaciones creemos que es imposible establecer cuál fue la primera emisora de radio que hubo en el *mundo* ni en qué país se radió por primera vez un programa, es decir, una emisión planificada con fines de entretenimiento.

La emisora más mencionada en toda la información internacional al respecto es, sin duda alguna, la KDKA de East Pittsburg, Estados Unidos de Norteamérica. Esta radioemisora, con una potencia de cincuenta watts, el 2 de noviembre de 1920 lanzaba al mundo a través del espacio, la noticia de los resultados electorales con la elección del nuevo presidente de los Estados Unidos de Norteamérica, Warren Gamaliel Harding y su vice, Calvin Coolidge.

Fue la primera vez que se radió un resultado electoral en el mundo. Esta histórica transmisión se reconoce como el comienzo de la radiodifusión en su forma moderna, y marca, por lo tanto, este hecho, el inicio del noticiero radial.

Durante los primeros años la radio cooperó, junto con el cine y el periódico, a la divulgación universal de hechos e ideas. Y al igual que en los Estados Unidos de Norteamérica, a partir del 22 de agosto de 1922, a dos años escasos de la primera noticia radial, ya en Cuba, de forma regular, repetimos, y antes de la inauguración de la PWX de la Cuban Telephone, se leían los boletines del Observatorio y se daba la hora por radio a través de la 2LC de Casas Romero.

A partir de la mitad de la década del veinte ya es perfectamente normal oír por varias emisoras la lectura de noticias nacionales y extranjeras.

Sin pretender relacionar todos los noticiarios y formas de desarrollo de nuestro periodismo radial, estimamos necesario hacer mención de aquellos que por una serie de circunstancias se destacaron y alcanzaron una gran popularidad. Ellos incidieron muy directamente en la creación de una nueva especialidad dentro del sector radial. En esta breve reseña se intenta brindar una panorámica que abarque distintas décadas; por otra parte, debe anotarse que aun cuando existieron periódicos del espacio de marcada importancia, como es el caso del Noticiero Mil Diez y el de RHC Cadena Azul, no se abordan aquí, por cuanto su tratamiento está incluido dentro de sus respectivas emisoras.

Recordémosle al lector, como muestra de la proliferación de la prensa radiada, que ya en el mes de septiembre de 1934, tan sólo en la ciudad de La Habana, existían en la radio treinta y ocho espacios con periódicos del aire y dieciocho espacios dedicados a horas políticas. Pasemos, pues, a enumerar los más significativos.

LA VOZ DEL AIRE

En los primeros años de la década del treinta, la radio es una adolescente llena de rebeldías, de inquietud social y convicciones cívicas. El proceso revolucionario encuentra en las ondas

sus voces más representativas: Los programas de comentarios y noticias. La Voz del Aire fue el primer radio-periódico organizado integralmente para ser transmitido, dirigido por el periodista Jesús J. López con el seudónimo de *Pericles Bellavista*,²³ y un franco sentido de sátira política.

Pero, por estimar de interés lo publicado en el libro *Periodismo en micrófono*, de Armando de María Campos, escrito con materiales suministrados por los interesados, creemos necesario aclarar y comentar dicho libro, en el que no sólo se habla del Noticiario La Voz del Aire.

Teniendo en cuenta que en el mes de julio de 1937 el Congreso Internacional de Arte Radiofónico se reunió en París y dedicó una de sus sesiones a estudiar el periodismo radiofónico, el autor de *Periodismo en micrófono* le dedica un espacio en su libro, que titula «Los periódicos orales en La Habana», y donde con conocimientos aparentes nos cataloga de imitadores del periodismo que se realiza en los Estados Unidos, ya que nuestro país se ve envuelto por el aire que domina las broadcasting norteamericanas.

Como es de suponer, Armando de María Campos no sólo ignora la rebeldía de nuestra radio desde entonces, sino que cuando le dice al lector que juzgue por lo que a La Habana concierne, no obstante lo precario de sus canales, creemos que las fuentes de donde fue informado no se ajustan a la realidad. ¿Por qué?:

23 Jesús J. López (1889-1948). Periodista y comediógrafo cubano nacido en Guanabacoa. Fundó y dirigió el diario radial La voz del Aire (el primero de importancia que tuvo La Habana). Autor de *Alma y carne*, *El cobarde*, *El canalla*, *Cuentos perversos*, *Sangre virgen*, *Como todo el mundo* (comedia, premio en el Teatro Español, Madrid), *La dulce caña*, zarzuela con música de Eduardo Sánchez de Fuentes, *La primera ilusión* y *La feminista*. Aunque Jesús J. López se inicia con el seudónimo de *Pericles Bellavista* desde la inauguración oficial de la CMCD, el 19 de diciembre de 1931, no es hasta el 1ro de noviembre de 1933 cuando sale al aire *La voz del Aire*. Desde mediados de 1932 aparece con el seudónimo de *Pericles Bellavista* en la programación que se anuncia en los periódicos. Primero en el horario de 8 a 9 p.m. y más tarde, de 7:30 a 8:30 p.m.

- a. Aunque no lo dice, se alude al año de 1938, y como es de suponer ignora que Cuba en 1939, es el país que marca el punto más alto en la curva de crecimiento radial.

El índice de radioemisoras en Cuba, si tenemos en cuenta la cantidad de habitantes existentes, es el más alto. Treinta y cuatro en La Habana, cuarenta y seis en provincias y once emisoras de onda corta.

- b. Cuando habla de la CMQ y COCO no es tal COCO sino COCQ. Ya por esta época el prestigio del noticiario CMQ es reconocido como uno de los primeros en alcance y organización.

- c. En cuanto al periódico hablado Radio Mundial, del ingeniero Palavicini, que salió al aire, según dice, el 28 de julio de 1930, no dudamos sea el primero que circuló en el éter mexicano, pero no así el primer diario hablado de América Latina, ya que ese tipo de Noticiario, llamado como dijimos de goma y tijera, se realizaba en Cuba desde la década del veinte en varias emisoras: 2LC, 2WX, 2AZ, 2OH y 2JP.

- d. Al final de la relación, en que detalla algunas estaciones cubanas, nos sorprende el que se haga mención de las estaciones W2XAF y W2XAL, las cuales pertenecen a los Estados Unidos de Norteamérica.

- e. Refiriéndonos de nuevo al periódico radial La Voz del Aire, copiamos a continuación el informe que, según explica el autor del libro, le fue facilitado por Jesús J. López y José Benítez sobre el funcionamiento de dicho noticiario, el que, se deduce, fue suministrado después de inaugurar la onda corta en 1935.

La Voz del Aire es el primero y único diario de información hecho en Cuba. Sus servicios son exactamente iguales a los del más importante diario impreso: redactores, reporteros, colaboradores y corresponsales en toda la República y en el extranjero y servicio cablegráfico amplio. El periódico se radia de 9 a 10 y media de la noche, todos los días, excepto los domingos; en las otras horas no se admite nada de información de ninguna clase.

Los domingos de 11 a 12 de la mañana, damos un suplemento literario, donde presentamos conferencias notables de dife-

rentes aspectos: científicos, políticos, literarios o artísticos. Nuestra plantilla es a base de pago de sueldos semanalmente para los reportes y demás empleados del periódico. Esta es una organización diferente a las demás emisoras en general y contamos con dos equipos CMCD en onda larga y COCD, en onda corta; tenemos dos estudios: uno para grupos pequeños de diez y quince personas, y otro para cien. El periódico es leído por cuatro personas, recibándose noticias por teléfono y enviadas por los reporteros desde las 6 de la tarde hasta las 10 y media de la noche, para no repetir lo que dan los diarios impresos a las cinco de la tarde. Hay otras tres personas, redactores, recibiendo las informaciones, redactándolas y enviándolas al estudio.

La Voz del Aire se fundó el primero de noviembre de 1933. Teníamos, entonces, un solo estudio y una emisora de onda larga que era más pequeña que la actual; en noviembre de 1935 inauguramos la onda corta y ampliamos la de onda larga y estrenamos el estudio grande, decorado por el más notable artista de Cuba, Enrique García Cabrera.

Ahora construimos en los Estados Unidos de América un equipo de onda larga y otro de onda corta de veinte mil watts, que pensamos inaugurar en febrero o marzo de 1938. Nuestra ideología es independiente de partidos, somos anticomunistas y antifascistas y tenemos el orgullo de hacernos oír en defensa del pueblo en asuntos vitales. Combatimos todas las tiranías y todos los aspectos, y mantenemos el principio fundamental nacionalista. Hay secciones deportivas, literarias y societario-políticas y económicas. Se dan las noticias alternadas con breves propagandas comerciales, no mayores de cuarenta palabras y cada mención comercial intercalada en una o dos noticias o textos interesantes; de modo que en hora y media pasamos toda la información y más de cien menciones, sin fatigar al auditorio. Tenemos cartas de todas partes del mundo acusando recibo de nuestros informes. Nuestra popularidad y el respeto que nos dispensa están basadas en la ausencia de insultos, groserías y suciedades, aunque decimos siempre la verdad.

La «Voz del Aire» cuenta con franquicia cablegráfica, telefónica y postal como cualquier diario impreso.

Los anuncios procedentes de Estados Unidos nos llegan por contrato con la Conquest Alliance, de Nueva York, representada en Cuba por el señor René Cañizares.

Tenemos anunciadores en inglés, en francés, italiano y alemán, además de los cuatro anunciadores permanentes en español que no están relacionados con el periódico, sino que son exclusivamente de las emisoras para las horas alquiladas o de administración, que como dijimos antes, tienen que ser sólo de música, poesía o cualquier tema que no se considere noticia. Cuando es preciso, el diario «La voz del Aire» tiene el derecho de interrumpir cualquier transmisión para dar un brevísimo suplemento, muy raro, diciendo algo importantísimo que acaba de ocurrir, si es en horas lejanas de la emisión normal de 9 a 10 y media de la noche del diario.

Nuestro personal de redacción consta de 19 reporteros y no utilizamos las noticias publicadas en los periódicos impresos. El repórter que copia algo de eso, queda inmediatamente separado de su puesto. Cuanto se ha dicho en «La Voz del Aire» desde su fundación está cuidadosamente coleccionado y en cualquier momento se puede encontrar lo que se radió en cualquier fecha.

Parte de lo dicho se ajusta a la verdad y damos fe los que conocimos dicha organización y nos hemos dedicado a comprobar la veracidad de los hechos.

Sin embargo, la fecha 1ro de noviembre de 1931 que da en principio el autor del libro no es correcta, y sí parece serlo la de 1ro de noviembre de 1933, que se halla en la información entregada por Jesús J. López Benítez, aunque existen versiones no confirmadas de que la fecha es la de 1ro de noviembre de 1932.

A pesar de no aparecer en los principales periódicos de la época el día de la inauguración, en el *Álbum del cincuentenario* publicado por la Asociación de Reporters de La Habana en 1952, aparece una información a dos páginas firmada por J. Benítez Rodríguez, administrador de La Voz del Aire, donde da nuevamente como fecha de inauguración el 1ro de noviembre de 1933, encabezando la información con el siguiente título: «El primer periódico Aéreo del Mundo nació en Cuba.»

En algunos de los párrafos de dicho artículo se dice:

Se inscribió en el Negociado de la Popularidad Intelectual de la Secretaría de Instrucción Pública y Bellas Artes, pues hasta 1935 no se había legislado nada sobre periódicos aéreos.

A los dos años, pues, de haberse iniciado «La Voz del Aire» se dictó el Decreto Ley No. 172 de 23 de agosto de 1935 obligando a la inscripción de los diarios aéreos, entonces ya muy numerosos porque rápidamente «La Voz del Aire» tuvo seguidores en casi todas las Radioemisoras de la Isla. Inmediatamente se inscribió ese periódico por expediente número 6, que ha desaparecido de los archivos de la Dirección de Radio del Ministerio de Comunicaciones.

La no aparición en la fecha indicada por López y Benítez, es posible que se deba a la no legislación oficial por una parte y, por otra parte, a la crítica situación política en que se encontraba el país por esa fecha.

Otro dato que aclara la fecha en que se inauguró esta emisora (1932 ó 1933) es el testimonio que nos brinda el escritor y director de radio Gaspar Arias, quien por aquella época transmitía un programa en dicha emisora:

Oscar:

Sabes lo renuente que soy a hablar de mi añeja trayectoria artística, especialmente en el medio radial, pero conociendo de tu difícil y escabrosa labor como investigador minucioso, al fin logras de mí unas líneas aclaratorias, que según tú te son necesarias para comprobar un hecho que no te aparece en los diarios de la época.

En cuanto a los datos que posees de mi trabajo como director en la CMCD del Hotel Pálace, puedo decirte que a finales del año 1932, un año después de inaugurada la emisora, dirigía una hora musical que titulé «Una hora contigo», en la cual presenté, entre otros, a los cantantes Mario Graña, Ernesto García y el Dúo Primavera, compuesto por María Ciérvide y Georgina Doubuchet, con el acompañamiento del pianista Emilio Díaz.

Yo también era locutor, y recuerdo que en los primeros tiempos decía: CMCD del Hotel Pálace. Más tarde,

inaugurado el periódico *LA VOZ DEL AIRE*, dejé de decir «del Hotel Pálace» para decir «La voz del aire».

Conocí a Jesús J. López, que se firmaba con el sobrenombre de *Pericles Bellavista*, en el año 1932; sin embargo, en esa época, que yo recuerde, todavía no estaba fundado el periódico, aunque él realizaba en la emisora labores periodísticas.

Esperando te sea útil, sabes te aprecia y admira:

Gaspar Arias. La Habana, 4 de abril de 1976.

LA PALABRA Y EL NOTICIERO CMQ

Entre 1933 y 1934, después de fundada La Hora Auténtica, que se trasmite a las 4:30 p.m. por CMQ, surge Gaspar Pumarejo como director y fundador del periódico La Palabra. Aquí Pumarejo populariza la célebre frase de Aló... Aló...²⁴ Se trasmite por la CMQ de 7 a 8 a.m., a las 12:30 y a las 6:30 p.m. Al recesar en 1934, José Antonio Alonso, recitador y locutor, organiza en la propia emisora el diario hablado. Comienza como Hora Informativa del periódico El País. Su labor consistía en leer cada día la edición matutina. Dentro de este programa, ya con una gran audiencia, aparece la voz de Manolo Serrano, quien lee los editoriales que escribía el periodista José Rodríguez Díaz.

Producto del éxito obtenido en el periódico hablado, surge el 12 de marzo de 1934 el Noticiero CMQ, donde se escuchaban la voces del dúo más popular de locutores de esa etapa: Manolo Serrano y Miguel Buendía. En esa época se organizan los noticiarios de radio, que ya no consisten en una simple lectura del diario impreso. Ahora tienen su cuerpo de redacción, reporteros y corresponsales, y servicios de agencias cablegráficas.

24 Frase tomada de la EAQ Radiodifusión Ibero Americana, de Madrid, España.

Se personalizan en las voces de locutores que dan a la palabra un nuevo sentido sonoro de agitación y conmueven a las masas en toda la República.

Mientras tanto, se destacaba el Noticiero CMQ. Su característica era darle cabida a cualquier ciudadano que deseara protestar de cualquier cosa; bastaba que lo llevara por escrito y con su firma. Inmediatamente lo leía un locutor, que solía introducirlo con una típica frase que llegó a ser muy popular: «Aquí tenemos un mensaje que dice así...» Fue la voz popular de Miguel Buendía.

Pronto las injusticias laborales, movimientos de huelga y tendencias revolucionarias, comenzaron a difundirse con gran fuerza por las ondas de la radio.

Una noche los soldados penetraron en la CMQ, y rompieron sus equipos a culatazos por radiar críticas a Batista. Pero el pueblo aumentó sus simpatías y los equipos fueron reconstruidos y volvieron a transmitir con más entusiasmo.

RADIARIO NACIONAL

Radiario Nacional fue otro de los noticiarios que, por lo variado de su estilo, se popularizó rápidamente. Se transmitió por CMCY de Autrán y Carbó. Cuando nosotros laborábamos en él era, desde hacía tiempo, su principal atracción el personaje que caracterizaba a un cronista social, de cuya feminidad en el hablar, su creador, el periodista y actor Arnaldo Morales, hacía una verdadera creación, comentando en forma de sátira los acontecimientos políticos más destacados.

Al despedirse cada tarde, decía: «Bam Bay...», frase ésta que se popularizó hasta muchos años después de su muerte. Nosotros, que por aquel entonces cultivábamos el mimetismo, tuvimos que sustituirlo en muchas ocasiones, sin que el público se diera cuenta por la igualdad de la imitación.

EL PERIÓDICO DEL AIRE

«El Periódico del Aire. Una institución de periodistas al servicio del pueblo cubano.» Ese fue el *slogan* de El periódico del aire,

noticiero radial que sale al aire por la COCO, fundado el 28 de enero de 1948 por su director, Guido García Inclán.²⁵ Su organización, su cuerpo de redactores y su combatividad estuvieron siempre al servicio de toda causa justa. Posiblemente sea el periódico radial que más suspensiones haya recibido en la etapa capitalista.

Fue el primer noticiero que tuvo en Cuba una unidad móvil, para transmitir desde cualquier lugar de La Habana el acontecimiento social o político en el instante en que sucedía. Su constructor lo fue el ingeniero Luis Casas Rodríguez. El transporte utilizado, un *pisicorre*, lo regaló la firma Trinidad y Hermanos a cambio de que se dijera: «Transmitiendo desde la unidad móvil Trinidad y Hermanos.»

Cuando la radioemisora Mil Diez fue clausurada, Guido García Inclán le dio cabida en su noticiero a todos aquellos periodistas que fueron lanzados a la calle por el solo hecho de haber trabajado en una emisora comunista, aunque ellos no lo fueran.

A Salvador García Agüero, por aquel entonces representante del Partido Socialista Popular, a partir del cierre de Mil Diez se le escuchaba cada domingo, a las 6:30 p.m., ante los micrófonos de El periódico del aire.

Con Guido García Inclán se inició en la COCO, como escritor, Enrique Núñez Rodríguez, uno de nuestros más brillantes autores humorísticos, continuador de *Leonardo Moncada*, la segunda serie episódica que más años se mantuvo en el aire en Cuba.

Enrique Núñez Rodríguez escribía un noticiario humorístico que se llamó Cuba en llamas. Suplemento Humorístico que quema el Periódico de Aire, de 15 minutos de duración,

25 Guido García Inclán nació en Pinar del Río, el 2 de marzo de 1905. Luchador revolucionario desde la época del machadato. Director del noticiero de la CMQ de la calle 25.

Funda el periódico *Pueblo*, conjuntamente con el periodista Lorenzo Frau Marsall, para defender la República Española. La primera emisora que arrienda es la CMAF del reparto Miramar. Años más tarde compra la COCO. Combatiente constante de la corrupción política y administrativa de los gobiernos de la seudorepública.

y donde los locutores eran Manolo Ortega y Álvarez Viejo. El imitador de las voces de los políticos de la época era el actor *Tito Rico*.

Aunque sin estas características, ya en 1934 la CMBX y la CMX tenían periódicos humorísticos, que titularon *Tópicos del Día en Broma y Serio* y *Buen Humor. Periódico en Broma*.

LA HORA EN LA RADIO

En 1923, el formidable tañer del Big-Ben de la Torre del Palacio de Westminster —Parlamento de Londres—, surca el espacio, y un micrófono en lo cimero de la Torre hace llegar la hora exacta a través de la emisora BBC.

Pero ya antes, nosotros, utilizando el cañonazo, lo habíamos puesto en práctica. Dar la hora, partiendo de una vieja pero característica costumbre, se convirtió en una constante.

Según la explicación dada por Emilio Roig de Leuchsenring, llegamos a la conclusión que el cañonazo de las nueve no siempre fue a las nueve, ni siempre se disparó en La Cabaña.

Si analizamos cómo Luis Casas Romero lo hace llegar a los oyentes en 1922, casi podríamos asegurar que conocía la historia. También podríamos asegurar que él sabía el tiempo que tardaba en llegar el sonido a su emisora y a otros lugares mucho más distantes. Nos cuenta su hijo Luis, que en más de una ocasión su padre se preguntó por qué sólo parte de la ciudad tenía el privilegio de poner los relojes en hora cada noche a las nueve, guiada por el sonido que producía el disparo del cañonazo.

Esta preocupación quedaba resuelta en parte, de acuerdo con el alcance de su emisora primero, y, más tarde, saliendo por la PWX. Es decir, que cuando Casas inauguró la COC de onda corta, la hora exacta se escuchó en toda Cuba y en el extranjero con precisión meridiana.

Esto que fue Casas Romero el primero en realizar de forma continuada en los albores de la radio, con el tiempo se fue repitiendo por distintas emisoras, y en especial por las que tenían el anuncio de la mueblería «El Cañonazo».

Si bien es cierto que la preocupación por dar la hora a través de la radio fue una constante, desde sus inicios hasta la

inauguración de Radio Reloj, no es menos cierto que el cañonazo específicamente desempeñó un importante papel, aunque los métodos no fueron siempre los más serios como para que perduraran hasta nuestros días.

Iniciada la idea, como ya explicamos, por la 2LC de Luis Casas Romero, pasemos a la PWX, según la explicación que aparece en la Revista Telefónica Internacional de mayo de 1931. Por esta época, el disparo del cañonazo de las nueve se hacía utilizando un método que garantizaba la seriedad del mismo y si no, leamos lo que aparece en la revista: «El cañonazo de las nueve es disparado desde La Cabaña por medio de un reloj eléctrico de la Cuban Telephone Company colocado frente al cañón.

Este reloj no varía ni un segundo, como todos ustedes saben. Desde que se dispara el cañonazo, hasta que se percibe el estampido en los distintos sectores de la ciudad, sólo transcurren unos cortos segundos. Probablemente a nuestros lectores les resultará interesante conocer el tiempo que invierte el sonido en recorrer el espacio desde La Cabaña a los lugares que a continuación tenemos el gusto de detallar:

Al Capitolio	4 s.
Al Vedado. calle Paseo	13 s.
A la loma del Mazo. Víbora	19 s.
A Marianao, Cuban Telephone C.	32 s.
A la playa y Country Club	36 s.
A Arroyo Arena	46 s.
A Santiago de las Vegas	60 s.

Finalizando la década del treinta, la CMX, Radio Lavín, se encontraba instalada en el Edificio J. Calle, situado en Oficios y Obrapía. El publicitario Antonio Joffre mantenía en la misma un cuadro de comedias que dirigía el actor Guillermo de Mancha.

Teniendo en cuenta la situación en que se encontraba ubicada la emisora, Joffre le propuso al dueño de la mueblería «El Cañonazo» dar la hora cada noche cuando se disparara desde la

Fortaleza de La Cabaña el cañonazo que indicaba las 9 p.m., como cortesía de ese establecimiento.

La idea fue aceptada y se crearon las condiciones para que se pudiera pasar el anuncio.

Como la emisora se encontraba en uno de los pisos más altos, y el sonido del estampido llegaba hasta allí perfectamente, se instaló en una de las ventanas una bocina de fonógrafo orientada hacia la Fortaleza de La Cabaña y frente a la misma, un micrófono.

Cuando el aire estaba en favor, el estampido se oía perfectamente, pero cuando no lo estaba, había que guiarse por la claridad que producía la pólvora al ser disparada, es decir, se veía la claridad pero no se oía.

Ante este hecho, el actor Tomás Cuervo, que trabajaba en el Cuadro de Comedias y se dedicaba a realizar imitaciones de voces y sonidos, se brindó para emitir el efecto con la boca, pegándose a la bocina previamente instalada. Inmediatamente que Cuervo imitaba el sonido, el locutor de la emisora, Juanito Domínguez, decía: Acaban de escuchar el cañonazo de las nueve en todo el territorio nacional, como cortesía de la mueblería «El Cañonazo».

Los días que Tomás Cuervo no estaba, de no oírse el sonido, se ponía una enorme caja de cartón, similar a las usadas para guardar los sombreros de invierno, sobre cuyo fondo se golpeaba una baqueta como la que se usa para tocar el gong.

Este anuncio duró mientras estuvo la CMX en ese lugar, cuya cercanía a la Fortaleza de La Cabaña le permitía oír el legendario cañonazo.

Con motivo de la Segunda Guerra Mundial, el Gobierno suprimió el cañonazo a partir de junio de 1942 hasta el 10 de diciembre de 1945, en que se inició nuevamente. El Gobierno alegó que se tomó esa medida para ahorrar la pólvora.

El efecto que esta medida causó en La Habana dio lugar a composiciones como esta:

EL CAÑONAZO

Son Guajira

Autor: Don Ray Mat

*En La Habana era el cañonazo
una cosa tradicional
retumbando como un bombazo
se escuchaba en la capital.
Los relojes se confrontaban
con aquella detonación.
¡Bang!
A las nueve
de la noche
disparaba siempre el cañón
Comentando este mismo caso
mi vecina me dijo así:
«Cómo extraño aquel cañonazo
que contenta siempre sentí»
Y tratando de consolarla
yo le dije que del cañón
¡Bang!...
Algún día
volvería
a sentir la detonación.*

Estribillo.

Coro:

*¡Cañonazo! ¡Cañonazo!
No te pueden olvidar.*

(Al coro) Guía 1.

*Ay. Ay. Ay. Ay. Ay.
No se escucha ya.
qué tristeza me da.*

Guía 2.

*Ay. Ay. Ay. Ay. Ay.
Está viejo ya,
sin poder disparar.*

Guía 3.

*Ay. Ay. Ay. Ay. Ay.
Cuándo volverá
el cañonazo a tirar.*

En 1947, a los trece años de desaparecida la PWX, más tarde CMC, la emisora CMQ, de Monte y Prado, ignorando que ya la hora del cañonazo se venía dando por radio desde 1922 —aunque no desde la Fortaleza de La Cabaña— concibió hacerlo así, y encontró patrocinador a la idea. Pero al poco tiempo de ponerla en práctica hubo que retirarla del aire, lo que dio lugar a los comentarios que aparecieron en la revista *Bohemia* de 20 de abril de 1947.

«El descrédito de un cañonazo»:

Hasta no hace mucho, la C.M.Q. estuvo brindando a sus radioyentes, por cortesía de ciertos anunciantes, el cañonazo de las nueve. Un micrófono convenientemente situado en la Fortaleza de La Cabaña recogía el popular estampido que la emisora radiaba por sus ondas a toda la Isla.

La idea era buena y original. Pero cuando la transmisión se llevó a la práctica, fueron varios los inconvenientes que se presentaron y que coadyuvaron a que, a la postre, los patrocinadores se vieran precisados a suprimirla. Dos de las más destacadas dificultades:

El cañonazo de las nueve —aunque parezca una humorística paradoja— casi nunca se tiraba a las nueve de la noche.

Muchas noches, si estaba lloviendo cuando debía tener lugar el disparo, este no se hacía.

En múltiples ocasiones, faltando sólo segundos para las nueve de la noche, el locutor anunciaba: «...y ahora, por una cortesía de (aquí la mención comercial) van a oír el cañonazo de las nueve, disparado desde la fortaleza de La Cabaña».

La C.M.Q. abría sus micrófonos esperando recoger la detonación. Pasaba un minuto... y otro... y otro... hasta que el imperativo del horario obligaba a comenzar la siguiente audición que tenía que salir al aire, sin que los radioyentes hubiesen oído el cañonazo, que esa noche había sido disparado con algunos minutos de atraso. En otras ocasiones el disparo se hacía con antelación y esto era causa también de irreparables trastornos.

La Agencia Fontanillas, representante de los patrocinadores de la transmisión, y algunos integrantes de la C.M.Q. hicieron todo lo posible por obviar los citados inconvenientes. Ante todo, investigaron cuál era el procedimiento puesto en práctica para disparar «el cañonazo de las nueve». Logrando averiguarlo.

El sistema era hartamente anticientífico. El encargado de hacer el disparo, un cabo del Ejército, se regía, para realizarlo, por su barato reloj-pulsera. De ahí que este nunca estuviese de acuerdo con el cronómetro eléctrico de la radiodifusora, que es rectificado, cada hora, por la Cuban Telephone Company.

Seguidamente se realizaron gestiones ante el propio general Gregorio Querejeta, jefe militar de La Cabaña, para que el estampido respondiera a un plan científico. Pero las gestiones no alcanzaron el resultado apetecido. Y como el cañonazo de las nueve se siguió tirando a cualquier hora menos a las nueve de la noche, la original transmisión tuvo que desaparecer del aire.

Muchos fueron los acontecimientos que se sucedieron, sobre todo de orden político, hasta abril de 1947, en que se les ocurrió radiar directamente desde La Cabaña el estampido, cuya falta de método científico hizo que la idea fracasara.

Sin embargo, es interesante saber cómo a través de los años, el clásico cañonazo de las nueve siguió siendo una constante en la radio y si no, leamos este último caso que creemos suficientemente elocuente para cerrar esta interminable cadena de hechos referentes a tan interesante tema.

Pasado el tiempo, la CMCU, Radio García Serra, continuó dando la hora patrocinada por la popular mueblería «El Cañonazo», y he aquí otra anécdota:

Minutos antes de dar la hora, el locutor Manolo Ortega decía: «Después del cañonazo pasaremos al Show que se ofrece desde la marquesina del Hotel Saratoga.»

La CMCU se encontraba instalada en uno de los pisos del Hotel Plaza, situado en Zulueta y Neptuno, en La Habana.

Observando un reloj eléctrico que se encontraba en la cabina, Ortega decía: «Ahí viene el cañonazo». Y Julio César Brizuela, operador de audio que trabajaba en ese turno, acercaba el micrófono a una ventana por la que entraba el clásico sonido que venía de La Cabaña. Esto se repetía cada día sin que el público supiera cómo se realizaba la operación, pero una noche en que Ortega leía los anuncios, se da cuenta que ya habían dado las nueve, y tratando de salvar la situación y el compromiso con el anunciante, sale corriendo, coge un contrabajo que se encontraba cerca y haciéndole señas a Brizuela para que abriera el micrófono, le acercó el instrumento, y tirando de una cuerda dijo muy serio: «Acaban de oír el cañonazo de las nueve.»

Anécdotas así existen muchas, pero hemos tomado éstas, porque estimamos dan la poca seriedad que existía en la insistencia de sacarle partido a un hecho que ha caracterizado a la ciudad de La Habana desde el siglo XVIII.

Es decir, una característica de la 2LC, que prestaba un servicio gratuito, la PWX la toma dándole una variante, pasa a ser patrocinada por una marca de relojes. Esto, como es lógico, requiere una explicación de la seriedad con que se realiza, y detalla en su revista la forma de llevarse a cabo: pero de una manera muy sutil hace saber el tiempo que tarda en oírse el estampido desde distintos puntos, lo que da a entender que siempre se oye con atraso, por eso lo elimina dando solamente la hora que marca el reloj eléctrico por ellos instalado.

Años después las agencias publicitarias, mientras existieron clientes que aceptaron la idea, se la vendían, hasta que se dieron cuenta de que lo correcto era que el radioyente que no podía escuchar el cañonazo pusiera su reloj en hora por métodos más científicos.

RADIO RELOJ

CMCB 130 Kc

El 1ro de julio de 1947 se inaugura la que llamaron 1330 Kc. «La emisora al servicio de la puntualidad».

«¿Qué hora es? Sintonice "Radio Reloj" y la sabrá al instante. 1330 kc. Efectivamente, Radio Reloj da la hora oficial del Observatorio Nacional cada minuto, durante 18 horas (de 6 de la mañana a 12 de la noche) conjuntamente con *flashes* de las últimas noticias de interés nacionales y extranjeras.»

Hemos escogido algunos párrafos que aparecieron en los periódicos de la época. Es interesante destacar cómo se repiten los 1330 kc, pero no se mencionan las letras CMCB. Cómo se recalca la novedad de dar la hora oficial cada minuto, y las noticias aparecen en un segundo plano; es decir, se dan noticias perennemente, pero no se menciona la palabra «noticiario».

Sin embargo, su salida al aire la podemos llamar un acontecimiento. Aunque era la Cuban Telephone Company la única autorizada para dar la hora oficial en todo el territorio nacional, Goar Mestre, mediante conexiones con el gobierno de turno, logró que aquella le permitiera darla también a través de su emisora, ya que se trataba de un experimento durante un tiempo determinado, para saber si interesaba el nuevo sistema.

Gaspar Pumajero²⁶ —en ese momento director artístico de la CMQ—, copia el sistema que existía en la emisora XEQK de México (el cual daba la hora cada minuto *intercalando menciones grabadas*), haciéndole ligeras variantes:

Además de la hora cada minuto, se dan los anuncios en vivo, y se intercalan una o más noticias entre cada minuto. O sea, que

26 Su no participación después de creada la emisora en Cuba, y el que no le ofrezcan ningún tipo de cargo en este sistema-Reloj, suscita su renuncia y salida del Circuito CMQ, dando motivo a la creación de Unión Radio como planta competitiva, y su separación y enemistad personal con los hermanos Mestre.

El nombre de Unión Radio fue tomado de la emisora EAJ-7 de Madrid, España, inaugurada por el rey Alfonso XIII el 17 de junio de 1925.

se inicia el «noticiero sintético» de 6 a.m. a 12 de la noche. Se le puso por nombre Radio Reloj.

Su primer cuerpo de locutores lo integraron Héctor de Soto, Félix Travieso, Reinerio Flores, Julián M. Espinal, Eduardo Tristá y Ramón Irigoyen.

Durante los primeros quince días, los locutores no tenían día de descanso y a partir del 15 de julio entra como locutor Ramiro Hernández. Ya de esta forma se logra un día libre para cada uno. El pequeño estudio está situado en la azotea del edificio de la CMQ de Monte y Prado. Se trataba de una especie de caseta que atravesaba el tubo que conectaba el aire acondicionado.

Por exceso de calor, ya que la mesa de trabajo estaba situada encima del tubo, todo el personal tenía que trabajar en paños menores, por lo que existía una orden que prohibía subir a las mujeres a la azotea, ya que se trabajaba con la puerta abierta.

Esto explica que las fotografías que existen de este local estén sin el personal que en él trabajaba.

A los dos meses y medio de estar en el aire Radio Reloj ocurre un hecho que ha de dar a conocer a la nueva emisora, especialmente en la ciudad de La Habana.

Pero dejemos que sea uno de sus locutores quien nos lo cuente:

Querido Oscar Luis.

Sé de los años que llevas deshaciendo entuertos; sé de tu interés porque prevalezca la verdad histórica en el recorrido que te has propuesto hacer a través de nuestra radiodifusión; sé de las dificultades que lleva implícito realizar lo hasta ahora realizado y lo que tu trabajo representa para el futuro. Por conocer todo ello y sobre todo por lo difícil que en muchos casos representa la rectificación de fechas y hechos escritos y contados de acuerdo con intereses creados a veces en el instante de realizarse la Biografía o el Reportaje, es por ello que te detallo, de acuerdo con tu petición —a reserva que lo confirmes como sé que haces—, cómo surge la noticia a través de «Radio Reloj», el 15 de septiembre de 1947, en el instante en que nos encontrábamos trabajando como locutores Eduardo Tristá y yo:

Eran aproximadamente las 2:20 p.m. cuando se acerca a

nosotros Roberto López con una nota escrita por Jorge Bourbakis, director por ese entonces de «Radio Reloj» y le hace entrega de la misma a Tristán para que la pasara inmediatamente como un ¡flash! de última hora.

Así fue como se dio al aire la primera noticia sobre los sucesos del barrio de Orfila.

Cumplimentando la primera, se sucedieron otras, que ampliaban con lujo de detalles los hechos e iban narrando lo que iba sucediendo. Más tarde supimos por el propio Bourbaki, que Walterio Voigt, vendedor de CMQ, que se encontraba cerca del lugar, estaba presenciando los hechos que por teléfono iba narrando, a la vez que pasados a máquina se nos iban entregando.

Puedo asegurarte que la forma en que se dio esta noticia fue la que consolidó el sistema de «Radio Reloj», ya que solamente llevaba dos meses y medio en el aire.

Como quiera que los años han pasado, me gustaría que hablaras con Tristán y con Roberto López por si se me ha borrado algo de mi grabadora cerebral. Sé que ellos podrían ayudarte.

Me interesa que lleves a tu libro la realidad de un hecho que no aparece escrito, ya que se achaca la noticia, o «palo periodístico» como se decía entonces, al «Noticiero CMQ», cuando lo cierto fue que el pueblo de La Habana conoció a través de «Radio Reloj» este suceso, que el «Noticiero CMQ» amplió nacionalmente horas después en su espacio de las seis de la tarde.

Te sigo admirando y quiero felicitarte por tu perseverancia en la larga investigación que durante años vienes haciendo, y, sobre todo, por tu honestidad a la hora de describir, no sin antes comprobar, cómo se desarrolló la radio en nuestro país.

No te canses, pues estas son realidades que quedarán para un futuro, que es en definitiva quien va a disfrutar de tu labor meritoria.

Recibe de tu siempre amigo y mal alumno un abrazo tan fuerte como fuerte es nuestra amistad.

Héctor de Soto. La Habana, 29 de octubre de 1975.

Este dio lugar a una versión muy difundida por aquella época en la que interviene el personal del Noticiero CMQ. Pero es mejor que sea uno de sus protagonistas quien nos la narre:

Co. Oscar Luis López.

Acerca de la petición que me haces referente a mi presencia y la de Germán Pinelli cerca del lugar en que se desarrollaron los Sucesos de Orfila, el 15 de septiembre de 1947, no creo sea de gran importancia, sobre todo en el caso mío, ya que dado el trabajo que desempeñaba por esa época lo estimo normal. No obstante, por saber la labor de investigación que desde hace años realizas en nuestro medio, gustosamente te relato a continuación cómo se logró la grabación del suceso.

Al poco rato de conocerse lo que pasaba, el «Noticiero CMQ», del cual yo era el chofer y grabador, me dio la orden de llevar a Germán Pinelli al reparto Benítez para, de ser posible, grabar lo que estaba sucediendo. Me entregaron una grabadora de alambre que había traído recientemente Goar Mestre, del Norte, y la cual trabajaba con batería. Ya cerca del lugar, me detuve a preguntar para que me dieran con exactitud la dirección, pero por error, me dicen que siguiera, que era en la tercera cuadra donde se estaba desarrollando la balacera. En mi afán de llegar lo antes posible, aceleré el pisicorre que manejaba, y cuál no sería mi sorpresa cuando de pronto, por error de una cuadra, nos encontramos sin darnos cuenta a treinta metros del tiroteo. Detuve el carro en la posición que estimé más segura, y que a su vez nos permitiera observar lo que pasaba, mientras me daba a la tarea de poner a funcionar la grabadora. Inmediatamente Germán comenzó a narrar cuanto se estaba desarrollando. La batalla duró de dos a tres horas, dándose por terminada a la llegada de los tanques del ejército. Una bomba lacrimógena que nos había caído cerca momentos antes, y que ya nos estaba haciendo efecto en la vista, hizo que, habiéndose terminado el suceso, regresáramos a la CMQ de Monte y Prado con la grabación para que esta fuera transmitida.

Esa fue mi participación y de ahí el por qué, según tú, cuando se celebró el éxito de la labor realizada, en distintos periódicos y revistas de la época aparezo retratado en el grupo,

aunque no aparece mi nombre en el pie de grabado. Sin más, y esperando te sea útil para tu trabajo, sabes te aprecia y queda tuyo revolucionariamente,

Juan Pineda. La Habana, 1ro de noviembre de 1975.

Al día siguiente Goar Mestre sugiere, dado el éxito obtenido como «Palo periodístico», extender el horario de Radio Reloj a veinticuatro horas. Alega que sería la forma de mantener el primer noticiario permanente que se radiara en Cuba sin necesidad de un cuerpo de redactores. (Sin embargo, esto no ocurrió hasta el 10 de julio de 1950.)

Poco tiempo después de inaugurado Radio Reloj se incorporan como locutores Carlos Torres, Luis Izaguirre y Armando Pérez Roura.

Cuando se inaugura la CMQ de Radio Centro, Radio Reloj pasa a ocupar un modesto local en el primer piso, cerca de los estudios. Estando aquí fueron tantas las cartas interesándose en conocer cómo se realizaba Radio Reloj, que se decidió fabricar un estudio en la Arcada, frente a la barbería, para que el público observara su funcionamiento.

La zona de Radio Centro, frecuentemente convulsionada por los estudiantes que daban mítines relámpagos, manifestaciones, etcétera, no era la propicia para que continuara el estudio en la Arcada. Esto nos lo contó un día Manuel Cores —director artístico del Circuito CMQ, precisamente quien sustituyó en ese cargo a Gaspar Pumarejo cuando presentó su renuncia—, al informarnos que estando en la cafetería que allí existía vio un mitin relámpago que se celebraba frente al estudio, pero que no se escuchaba dentro por estar cerrado herméticamente, por lo que sugirió, ante el temor de cualquier incidencia, regresar el estudio al primer piso de Radio Centro. Más tarde pasó al cuarto piso.

El numeroso público que transitaba por la Arcada denominó el local «La pecera», por la sensación que daban los locutores en su mesa de trabajo frente a los micrófonos, sin perder de vista el enorme reloj eléctrico, de frente al público que los miraba a través de los cristales.

Ya en esta etapa, el éxito es absoluto. Esto trae por resultado la formación de locutores especializados, unos para decir la noticia y otros para dar el comercial y la hora.

Era tal su audiencia, que fue escogida por el líder estudiantil José Antonio Echeverría, el 13 de marzo de 1957, para informar al pueblo del ataque al Palacio Presidencial.

Los locutores Floreal Chomón y Héctor de Soto, por encontrarse en la cabina hablando ante los micrófonos en aquella histórica fecha, pasarán a la posterioridad como testigos presenciales de esa heroica y decidida acción que minutos después costó la vida a José Antonio Echeverría.

Es en Radio Reloj, quizás por la monotonía que les producía el estar horas de horas repitiendo los mismos anuncios y las mismas noticias, donde se comienza a notar en uno que otro locutor el tono *impersonal* o *neutro* que años después se ha tratado de implantar en la programación dramática.

El 19 de septiembre de 1961, encontrándose en el cuarto piso, dejó de llamarse Radio Reloj y pasó a ser Cadena Nacional, mediante la fusión de la CMCB y CMCI, con la CMCD, y se trasladó a Prado No. 206 como Reloj Nacional, transmitiendo por las tres frecuencias: 1330 kc, 1260 kc y 760 kc.

Su estancia en ese lugar duró pocos meses, mudándose después para el edificio del Retiro Odontológico, donde se encontraban los estudios de la Cadena Oriental de Radio.

Más tarde regresa a Radio Centro y lo ubican provisionalmente en el estudio siete (cabina). De ahí pasa al sexto piso del propio edificio, hasta que se instala definitivamente en el edificio de la Dirección Informativa, en la calle P entre 23 y Humboldt, escuchándose en la frecuencia de 760 kc.

Y como es de suponer, sin anuncios, desde que la Revolución los suprimió en la radio y la televisión.

Pasado el tiempo, quizás por haberse creado un hábito, se le llamó nuevamente Radio Reloj.

Durante los años que lleva en el aire ha tenido los siguientes imitadores: Radio Cron, Radio Caribe, Radiora —primer espacio que utilizó única y exclusivamente mujeres—, y Radio Voz, creada después del 13 de marzo por López Vilaboy, para tratar —sin lograrlo—, hacerle daño a Radio Reloj.

En el interior de la Isla, en Santiago de Cuba, surge Reloj del Aire, con doce horas de permanencia en el aire, una copia de Radio Reloj, pero con la variante de que el personal lo componían mujeres y hombres.

La preocupación de dar la hora en una forma u otra fue una constante desde el inicio de la radio. Esto lo demuestra un anuncio que aparece en la revista *RHC Cadena Azul* del mes de abril de 1941 que dice:

La RHC Cadena Azul, por una cortesía de «O.K. Gómez Plata», anuncia cada cuarto de hora la hora exacta que rige en La Habana. Es un servicio útil para todas las personas que residen en La Habana, o en el interior de la República y quieran rectificar la hora de sus relojes, no importa el lugar de la Isla donde se encuentren. Al dar las señales o letras de la RHC-Cadena Azul, el locutor de turno tiene ante su vista un reloj de precisión extraordinaria que marca la hora oficial en la capital de la República, hora que ofrece a toda la radioaudiencia con detalles precisos de la hora, minutos y segundos. En cualquier momento del día o la noche, sintonice la RHC-Cadena Azul y comprobará la utilidad de este servicio que se brinda por cortesía de «O.K. Gómez Plata».

Otro caso digno de tener en cuenta es el de Radio Nacional, CMCM 1460 kc, la onda que no descansa.

De 12 de la noche hasta la 6 de la mañana tenía una programación que se anunciaba así:

Sintonice a las 12 de la noche «Radio Servicio Musical Nocturno», el programa más discutido de la Radio Nacional. La hora cada tres minutos. Boticas de turno durante la madrugada. Estaciones de gasolina de servicio y nuestro servicio de despertador. Usted nos llama al X-1006 y nosotros lo despertamos a la hora que usted desee.

Es decir, ya en 1949 la CMCM brindaba el servicio que hoy ofrece la Empresa Telefónica 13 de Marzo.

NO TENÍA PERIÓDICOS... PERO EXPLOTABA LA PALABRA

—«*Erre con erre cigarro, erre con erre...*»

—«*Egrre con egree ...*» ¡Qué va, no es fácil, no!

Esa *erre* arrastrada y disimulada como su trayectoria política fue la característica del comentarista e íntimo subalterno de Gaspar Pumarejo, cuando ante los micrófonos de Unión Radio sentado frente a una mesita sobre la cual depositaba su enorme pistola momentos antes de iniciar sus charlas políticas, creaba las condiciones para aspirar a un acta de Representante.

El pueblo, sediento de un poco de justicia, creyó en quien no era más que un frustrado actor ansioso de exhibicionismo y poder. Y como en el país de los ciegos el tuerto es rey, a la hora de votar en las elecciones de 1950, los oyentes de su hora patentizaron sus simpatías acumulando una votación récord a favor de quien más tarde traicionaría a la Revolución, identificándose al fin con nuestros enemigos.

Este payaso radial se da a conocer a partir del ciclón de 1944, cuya intensidad y fuerza de destrucción dejó una serie de emisoras fuera del aire. Entre las no afectadas estaba la CMK, de la Manzana de Gómez, emisora en la que el futuro comentarista dio sus primeros gritos. En esta oportunidad es su voz la que mantiene al oyente al tanto de los estragos causados por el ciclón.

Más tarde lo encontramos en la COCO —después de vendida por Casas Romero—, de director del noticiario, plaza que deja de desempeñar al adquirir dicha emisora Guido García Inclán. Cuando Guido vende la radioemisora a Juan Amador Rodríguez, Pardo Llada retorna como director del Noticiario, a petición del nuevo propietario.

José Pardo Llada, miembro del Partido del Pueblo Cubano (Ortodoxo), ejemplo del político demagogo y oportunista, sabía que el radioyente obtiene un sentimiento de acceso personal que falta en los periódicos; que la política se convierte en una experiencia activa para el radioyente más fácilmente que en el periódico para el lector; que la radio se acerca más a una relación personal y por eso es más eficaz. Y él explotó estos conocimientos.

Pardo Llada fue también la segunda persona que se dirigió al pueblo de Cuba frente a las cámaras de televisión: inmediatamente después de Pumajero habló él.

LOS INDUSTRIALES SE ALARMAN

En nuestro recuento no podemos extendernos en la crítica detallada sobre lo bueno y lo malo de aquellos noticiarios

radiales. Ciertamente que, en muchos casos, sus directores fueron aliados, abiertos o encubiertos, de muchos rejugos políticos de esos años. Pero, analizando en conjunto, es un hecho que las noticias, editoriales y comentarios propalados por los noticieros y otros programas de ese ciclo, contribuyeron de manera notable a despertar la conciencia de grandes núcleos de población. Sobre todo en aquellas zonas humildes donde el analfabetismo aislaba a las masas obreras y campesinas. La palabra sonora y vibrante de las ondas, les llevaba por primera vez un mensaje rebelde y una orientación social.

La radio empezaba a ser un rebelde peligroso.

Esa influencia *subversiva* que empieza a mostrar la radio al difundir los movimientos sindicales y las injusticias sociales, llama la atención a industriales e importadores, temerosos de que la lucha de clases se canalizara por aquel vehículo de alcance masivo. Había que hacer algo para poner el micrófono al servicio de sus intereses. Coincide esta situación con la necesidad de activar las ventas, pues el volumen creciente de la importación satura el mercado de consumo y desata una violenta competencia de marcas.

Así, las dos causas, social y económica, proyectan la acción de los industriales hacia un control de las emisoras. De la crisis y el desempleo machadista se ha pasado a la aparente prosperidad de una economía de pre-guerra. Fuertes asignaciones de propaganda, préstamos a largo plazo y negociaciones confidenciales convierten la radiodifusión, de un sistema artesanal limitado, a una potente industria en la que se van a intervenir millones de pesos.

Es por ello que no podemos omitir otros tipos de programas radiales, como el campesino, que desde su primer momento demostraron su fuerza e impacto en nuestra población.

Los industriales pretendieron controlar y aprovechar en beneficio propio este tipo de expresión; sin embargo, por su propio contenido, lo frecuente fue que el mensaje campesino, unas veces en forma sutil y otras no, también se rebelara. No siempre los industriales y las empresas lograron dominar. También son dignos de mencionar aquellos programas que, como La Hora Cubana de Cultura Popular, proyectaron su contenido en función del pueblo.

CMQ DE LA CASA DE LAS MEDIAS

LA EMISORA MÁS OÍDA ANTES DE LA FUSIÓN DE RHC Y CADENA AZUL

El 18 de julio de 1928 se inaugura una pequeña emisora en la calle 25 entre 6 y 8, en el Vedado, la 2OH de ciento cincuenta watts, propiedad de José Fernández Suviaur, más tarde CMCB.

Miguel Gabriel, quien por esa fecha es vendedor de la casa Stowers, la compra. En 1933 Miguel se asocia a Ángel Cambó, dueño de un modesto establecimiento donde vendía medias de vestir:

«La Casa de las Medias». A partir de ese instante, Gabriel aparece como director de la emisora y Cambó como director del noticiario. El 12 de marzo de 1933 se inicia la primera transmisión bajo la dirección de ambos.²⁷

27 Queremos aclarar que siempre que se habla de la CMQ, la fecha que se da como la de la inauguración de la emisora, desde que se encontraba en la calle 25 entre 6 y 8, en el Vedado, es 12 de marzo de 1933, que es cuando aparecen unidos los nombres de Miguel Gabriel y Ángel Cambó por vez primera. Sin embargo, con fecha 5 de junio de 1938 se publica, a iniciativa de Gabriel y Cambó una revista que se vendió al público al precio de cincuenta centavos el ejemplar, titulada *Glorificación de la CMQ*, donde en tres ocasiones se señala que la fecha de inauguración es 11 de marzo de 1933. Como este día de diferencia debe tener una explicación, después de mucho indagar supimos que la emisora la compra Gabriel a Fernández antes del primero de marzo de 1933, y que Miguel Buendía, primer locutor de la emisora, entra a trabajar el primero de marzo del propio año, cuando Gabriel aún no se había unido a Cambó. Sin embargo, años después, el 12 del propio mes, aparece en distintos periódicos y revistas como la primera transmisión de la CMQ con Gabriel y Cambó como dueños. Esto nos hace pensar que parece que existe o existió —cosa que nos hemos podido comprobar— algún documento que, al firmarse el día 11, lo hizo aparecer en principio como el día en que la emisora pertenecía a ambos, pero no fue hasta el día 12 que se dieron los nombres de forma oficial, cada uno con su correspondiente responsabilidad. Como lo anterior era del conocimiento de Goar Mestre, hizo que fuera el 12 de marzo de 1948 la fecha escogida para la inauguración de Radio Centro, haciendo mención del 12 de marzo de 1933 como el primer día que la emisora salió al aire bajo la dirección de Gabriel y Cambó.

De ahí que años después, en la propia revista de la CMQ, aparecía celebrándose como un aniversario más de su fundación el 12 de marzo de 1993.

Entre los dos popularizan la emisora, que en la década del treinta, y a sugerencia de Miguel Gabriel, responde al nombre de CMQ de «La Casa de las Medias». Al aumentar la potencia deja de ser CMCB y pasa a llamarse CMQ.

La indiscutible audiencia del noticiario, conjuntamente con su equipo de periodistas, locutores, la presentación de artistas de cine y el cuadro de comedias Radio Teatro Ideas Pazos, la convierten por esa etapa en la emisora más oída de Cuba.

Sin pretender escribir su historia, queremos dejar constancia de su trayectoria por etapas:

De 1933 a 1937. El Noticiero y el Radio Teatro Ideas Pazos sirven de trampolín al resto de la programación que se va iniciando, y la emisora, con más potencia, se traslada para las calles de Monte y Prado.

El 20 de octubre de 1937 sale al aire con nuevos equipos.

De 1938 a 1940. El programa de aficionados llamado *La Corte Suprema del Arte* da origen a una nueva era en la radio.

Los episodios de *Pepe Cortés* (Vicente Morín), y *La Calandria* y *Clavelito*, intérpretes que se inician en la CMHI Cadena Azul, de Santa Clara, al pasar a la CMQ encienden la chispa que produce el enfrentamiento con Amado Trinidad.

El Suceso del Día (la escenificación del hecho más destacado), sale al aire en septiembre de 1938, escrito por Germinal Barral *Don Galaor*, autor también de *El Semanario CMQ de Sucesos Mundiales*. Estos espectáculos marcan la pauta para que más tarde se trasmita por RHC Cadena Azul *Lo que Pasa en el Mundo*, escrito por Armando Couto.

De 1941 a 1942. La popularidad de la emisora decrece ante el empuje de la RHC Cadena Azul, a pesar de iniciarse el programa *El Rincón Campesino*, más tarde llamado *El Rincón Criollo*.

De 1943 a 1948. Goar Mestre compra la emisora, liquida a Miguel Garbiel, y con Ángel Cambó queda al frente del Circuito CMQ S.A.

Del conjunto de la programación que tuvo la CMQ cuando radicaba en Monte y Prado, de 1937 a 1948, hemos escogido *La Escuela de Ciencia Popular y Buen Humor*, más conocido como «El preguntón», y *La Corte Suprema del Arte*, ya que ambos indican, por su audiencia, entre otros, la gran popularidad alcanzada por la emisora. En cuanto al programa *La Corte*

Suprema del Arte, a lo antes expuesto se añade que marcó un momento decisivo en la historia de la radiodifusión cubana.

LA CORTE SUPREMA DEL ARTE

Antes de explicar cómo surge, hagamos una ligera panorámica del mundo musical existente, que aun cuando omitamos muchos nombres, nos da idea del por qué sale al aire el espectáculo que más polémicas suscitó en nuestro medio.

Cuando la radiodifusión empieza a tomar aliento, se enfrenta a un cuadro económico en crisis: los teatros cerrados, el público absorbido por el hábito del cinematógrafo, con numerosas salas de exhibición controladas por la producción extranjera. Sólo de vez en cuando se presentaban en algunos teatros *Actos de Variedades* (la palabra *show* aún no se utilizaba en el medio).

En Actualidades y Regina (teatro de Galiano donde después se construyó el Radio Cine, como una muestra de la influencia que tomaba la palabra radio, actualmente cine Jigüe), solían ofrecer algunas veces programas combinados de películas y números musicales en el escenario. Ernesto Lecuona organizaba, una vez al mes, conciertos populares, que alternando en el Nacional, Payret y Auditorium, constituían la novedad teatral, al presentar a los cantantes más significados en el estreno de sus nuevas canciones.

Georgina Dubouchet figuraba como la máxima cancionera de la época; más tarde, con María Ciérvide forma el dúo Primavera; Carmelina Pérez y Arturo Hernández formaban el acreditado Dúo Perfecto; y el trío Nadío-Naffia-Spinosa reproducía hábilmente las cadencias porteñas de Irusta-Fugazot-De-mare. Junto al inmortal Trío Matamoros se destacaba el Trío Oriental (creadores del famoso *Periquito*) y, como ya dijimos, había una serie de *trovadores* que murmuraban boleros y tangos por los micrófonos: *Guyún*, Carbó, Quevedo, Bertho González, Servando Díaz.

En la música típica rivalizaba el genial *Mago* Romeu, con la Orquesta de Belisario López, la Maravilla de Arcaño, y el famoso *Cheo* Belén Puig.

Los primeros ídolos indiscutibles del *danzonete* fueron los tres grandes de la músicaailable: Barroso, Collazo y Quevedo,

cuya prematura muerte constituyó una conmoción en La Habana. Su entierro fue la primera gran demostración popular de duelo por una figura radial.

Al desaparecer Quevedo surgió la popularísima Paulina Álvarez como *Emperatriz del Danzonete*.

Entre los primeros *jazz-bands* de la época figuraban Los Hermanos Martínez, Hermanos Castro, los Hermanos Le'Bartard, La Casino de la Playa, Riverside, Hermanos Palau, Don Aspiazu, y la famosa orquesta femenina Ensueño, que dirigía Guillermina Foyo, quien solía cantar con su orquesta, alternando con Mercy Mezquida, vedette de famosa belleza. Posteriormente surgió otro conjunto femenino: Anacaona. Las dos orquestas, integradas por mujeres, hacían las delicias de los habaneros en las Marquesinas del Paseo del Prado.

Alternando entre lo *lírico* y la canción popular, Margot Alvarino (*La Reina del Pregón*), Esther Borja y Ana María Duchesne, se asomaban a los escenarios como figuras juveniles. Tomasita Núñez, Rafael Prada, Mercedes Menéndez, Emilio Medrano, Hortensia Coalla, Miguel de Grandy, *Panchito* Naya, Mariano Meléndez, Rita Montaner, Rodolfo R. Splinter, Rosario García Orellana, etcétera. Una pareja de baile y canto que triunfaba en la época era la de Carmita Ortiz y Julio Richard.

Estos elementos cubrían los carteles musicales de La Habana cuando el impulso radiodifusor empezó a tomar forma. Afianzada en los Cuadros de Comedia, la radio era, básicamente, un espectáculo de tipo hablado.

Cuando Ángel Cambó y Miguel Gabriel, poco adicto a la fórmula teatral, desearon darle mayor estructura a los programas musicales y de variedades, se encontraron con una dificultad: las pocas figuras líricas de que se disponía cobraban una cantidad demasiado alta por su actuación, de acuerdo con la época, para las posibilidades incipientes de aquellos momentos. Fue entonces cuando se ideó la fórmula de darle entrada espectacular a todos los *aficionados* que pudieran convertirse en *estrellas* de la radio.

René Cañizares había hecho ya un experimento con un *Programa de Aficionados* por CMW, en el cual se nombraba un jurado de artistas profesionales que seleccionaba las mejores

actuaciones. Sin embargo, realizado sobre moldes yanquis y falta de iniciativa, no tuvo mayor trascendencia.

José Antonio Alonso (figura que había hecho diversas actuaciones como recitador y comentarista radial) se populariza en la CMQ con la espectacular *Corte Suprema del Arte*, que se inaugura el 1ro de diciembre de 1937, primer programa en el que el aplauso del público decidía quién era el triunfador.

El detalle de «tocarle la campana» a los malos aficionados constituyó un atractivo inicial. (Es Miguel Gabriel quien toca la campana, aunque no a la vista del público. Lo hacía desde la cabina de control.) Los premios y regalos pronto atrajeron a una enorme cantidad de *aspirantes*. Pero, sobre todo, el estilo personal de Alonso, sus improvisaciones y comentarios consolidaron el programa, y pronto se hizo famosa la frase con que marcaba el comienzo de la prueba: «¿A quién se lo va dedicar? ¡Música, maestro!»

Las tradicionales figuras del arte lírico fueron sustituidas momentáneamente por una pléyade de muchachas y muchachos que comenzaron a surgir y que se ganaron la simpatía del público que decidía con el aplauso.

En esto influyeron dos factores: la necesidad de ampliar, de crear nuevos valores que sustituyeran a los veteranos, y la forma espectacular, masiva, con que lanzaron a las nuevas *estrellas nacies*, que acudían a todas las fiestas, actos y ceremonias. Principalmente las excursiones a ciudades del interior, donde las presentaba en su estilo peculiar Germán Pinelli, contribuyeron a consolidar las nuevas figuras, y pronto hubo una nueva hornada de cantantes de todos los géneros, de la que salieron muchos que llegaron a consagrarse internacionalmente.

Todo el proceso de *La Corte Suprema del Arte* es un tema polémico. Iniciado contra el alto costo de los consagrados, derivó después en un grandioso impulso de renovación. Se cayó más tarde en ciertos excesos y hubo, mezclado al triunfo legítimo de algunos buenos aficionados, manejos, explotación, intrigas y ciertas *intimidaciones* que motivaron serias críticas.

Fue también un índice de la fiera competencia comercial que empezaba a perfilarse en el ambiente, el hecho conocido de que *La Corte*... comenzara patrocinada por los cigarrillos Competidora Gaditana, y, al obtener un éxito sensacional, Miguel Gabriel, en una de aquellas *jugadas* de audacia que caracteri-

zaron el sistema comercial, elevó inusitadamente el precio, para forzar a que Competidora Gaditana dejara el programa, y entregárselo a una firma rival: Regalías el Cuño que, previamente, se había comprometido a pagar doce mil pesos mensuales para ser su patrocinador. Esa cifra, descomunal en aquellos momentos, marcó el primer paso hacia los altos presupuestos de inversión en la radio.

Sin embargo, al margen de los errores que se cometieron, *La Corte Suprema del Arte* fue un ciclo de renovación radial. De ella surgieron, entre otras muchas figuras: Rosita Fornés, Obdulia Breijo, Ramón Veloz, Nilda Espinosa, Xiomara Fernández, Armando Bianchi, Raquel Revuelta, Mercedes Valdés, Alba Marina, dúo Hermanas Romay, Miguel Ángel Ortiz, Martha Justiniani, Hermanas Martí, Natalia Herrera y Elena Burke.

DOS DÉCADAS DE LUCHAS: EL CAMPO EN LA CIUDAD

La programación campesina sale al aire desde la primera etapa y queda diseminada por el interior hasta 1930, en que ya se nota en La Habana cómo va tomando incremento, hasta 1940, en que los bandos «Lila» y «Rojo», cuyos responsables son Justo Vega y Patricio Lastra, hacen las delicias del oyente a la vez que *Chanito* Isidrón, «el elegante poeta de Las Villas», gana adeptos en La Habana.

Conscientes Miguel Gabriel y Ángel Cambó de que el género campesino tenía una audiencia asegurada, le ofrecen contrato a *Clavelito*, *La Calandria* y *Chanito* para que interpreten en la CMQ de Monte y Prado el programa de *Las Rubias* y *las Trigueñas*. *Chanito* no aceptó, pero sí *Clavelito* y *la Calandria*. Fue la «época de oro» de la controversia.

En el campo, la venta de aparatos de radio aumentó y eran fletados ómnibus para presenciar los encuentros de los bandos «Tricolor» y «Azul», donde Fortún del Sol, *Colorín*, Rigoberto Rizo, José Sánchez León, Antonio Camino, *Angelito* Valiente, Jesús Orta *El Indio Naborí*, Justo Vega *El poeta Cumbre*, y otros, tomaban tan a pecho las batallas de ideas, que a veces algunos de ellos llegaron a ofenderse en público.

A inicios de la década del cuarenta, como una contradicción de las muchas que tiene el sistema capitalista, se inauguró un programa guajiro, de corte dramático, que rápidamente se popularizó por su contenido opositor al gobierno de turno. Su nombre era *El Rincón Criollo*,²⁸ y se transmitía por la CMQ de Monte y Prado, la emisora de más audiencia en ese momento. Su formato lo componía principalmente una familia campesina: Sol Pinelli y Emilio Medrano representaban el matrimonio, con una serie de personajes, entre los cuales se incluía *Pitirre*, un guajirito, hijo adoptivo del matrimonio, un gallego bodeguero y una muchacha habanera que estaba siempre de visita en la finca. Desde su inicio fue un programa político de oposición. El libreto lo escribía el desaparecido periodista José Rodríguez Díaz, que dominaba el ambiente campesino y cuya actitud política era de franca rebeldía al gobierno de aquella época. En este programa, que duró nueve años, se cantaban diariamente guarachas, sones montunos, boleros y espinelas. Esta última, en desventaja, por el poco tiempo que le dedicaban: quince minutos de la hora que duraba el programa.

De vez en cuando se escenificaba un guateque donde predominaba la guaracha, mientras que la guajira alternaba con el son montuno, los boleros y uno que otro zapateo que bailaban en el estudio Sol Pinelli y Vicente Morín, mientras el resto de los compañeros les hacía coro. En dicho guateque, inconcebiblemente, no se cantaban espinelas. Éstas se cantaban en otro espacio destinado a ese fin, interpretadas por *La Calandria*, *Clavelito* y Coralia Fernández; esta última se iniciaba en su carrera. Años después Coralia se especializaba como cantante de guajiras, pero sin dejar de cantar espinelas.

28 Este programa tuvo su inicio como una atracción más dentro de La Corte Suprema del Arte, a sugerencia de José A. Alonso. Los primeros días lo escribió el periodista Jorge Bourbakis. Seguidamente lo sustituyó Gerninal Barral durante unas semanas. En los libretos iniciales, el intérprete de Don Hilario fue el actor *Paco Lara*. Por estimarse que el programa tenía vida propia, se le creó un espacio con personal fijo, hasta su desaparición. A partir de ese instante el escritor lo fue José Rodríguez Díaz.

La fuerza del espectáculo descansaba en el libreto y no en su música, que venía a ser un complemento.

Este programa posiblemente fue, en la década del 40, el más popular de su género; su patrocinador, los cigarros Regalías el Cuño, no escatimaba dinero en hacerle publicidad. Desapareció del aire en el gobierno de Grau San Martín, porque el anunciante estimó que el objetivo del mismo había desaparecido «ya que no existía la oposición».

O sea, un programa campesino de arraigo popular, cuyo personaje central, Don Hilario, representaba la voz del pueblo y a su vez el defensor del campesino, mantuvo un formato que, inconscientemente, fue mixtificando el verdadero sentir de la espinela y sus intérpretes. Pero analicemos más profundamente las causas. El medio para desarrollar el nuevo contenido revolucionario que venía latiendo en la espinela no era siempre propicio. Si partimos de la idea de que el móvil principal de las empresas radiales y publicitarias era el negocio, comprendemos que no sería fácil a nuestros decimistas desarrollar esta temática ajena a los intereses de los empresarios.

Sin embargo, la espinela sirvió a la Revolución. No podemos olvidar que el juglar campesino «profesional» no era el hombre que todavía vive en el campo. Era el hijo del labrador que había sido echado a las orillas de los pueblos y las ciudades y que, al no tener trabajo ni otra mercancía que ofrecer, ofrecía su canto. Cuando triunfaba, cuando era reclamado por las masas, el industrial o el publicitario lo elevaba a la categoría de profesional, le pagaba un pequeño sueldo y lo ponía al servicio de la promoción de sus productos o de sus ideas.

El juglar, obligado por el hambre, aceptaba, pero la mayoría de las veces utilizaba inteligentemente el medio para difundir sus angustias de clase. Las contradicciones dentro del propio capitalismo a veces le facilitaban estas descargas. Por ejemplo, existía la siguiente contradicción entre los empresarios radiales: los industriales y los publicitarios que representaban la propaganda de los grandes negocios, sólo utilizaban las radioemisoras que, según el survey, contaran con la mayor cantidad de oyentes. Las radioemisoras que no hubiesen captado una gran radioaudiencia no lograban obtener anuncios importantes. Era el momento oportuno para que un juglar propusiera al dueño o administrador un programa combativo, capaz de ganar miles y

miles de oyentes, sobre todo, a la hora del survey. Sobre esta base de contradicción capitalista, en la década del cincuenta tuvieron oportunidad de surgir vigorosos programas campesinos de protesta social y de penetrante crítica a la tiranía y al imperialismo. Podemos citar numerosos casos de esta colaboración efectiva de nuestros decimistas. Pero basta recordar los programas campesinos *Como Piensan los Cubanos* de la Onda Hispano-Cubana, *Cantadores Nacionales* de Radio Mambí y *El Guateque de Apolonio*, por CMQ.

El programa *Como Piensan los Cubanos*, creado por iniciativa de Jesús Orta (*El Indio Naborí*), y que fuera animado por Gustavo Mazorra, surgió en unos momentos en que la tiranía había decretado una fuerte censura radial. El formato y dinámica de este programa era el siguiente: dos improvisadores, de poco arraigo popular y con pocos argumentos (débiles a propósito, ya que estos juglares tampoco simpatizaban con el gobierno), defendían el autenticismo y el batistato; y otros dos improvisadores, los de más fuerza en las masas, como José Marichal y el *Indio Naborí*, defendían la Ortodoxia y el Partido Socialista Popular. El programa comenzó de forma comedida para no infundir sospechas. A la primera semana de estar en el aire fue ordenada su suspensión. Las gestiones del dueño de la radioemisora lograron que el programa continuara, pero sin la representación del Partido Socialista Popular. Marichal y el *Indio Naborí* se consagraron a defender la Ortodoxia, pero una Ortodoxia donde también tenían voz los planteamientos socialistas. El programa tomó una fuerza tremenda y echó a rodar por los campos muchas coplas demoledoras como éstas:

*Desde que subió Batista
la timba se ha puesto dura
y creo que esta montura
no hay yegua que la resista.*

Claro que los poetas defensores de la oposición ganaban todos los días una mayor simpatía en el pueblo, mientras que sus contrafiguras, que sólo estaban haciendo un papel desagradable contra su voluntad, sentían cómo crecía la antipatía hacia ellos. No sólo se presentaban estas controversias políticas en el estudio. También eran solicitadas en todos los pueblos, y no fueron pocas

las presentaciones locales del programa *Como Piensan los Cubanos*. En una de estas presentaciones en el Teatro de Bauta, el público mostró su repulsa casi agresiva a los que fingidamente defendían al Gobierno. Esto afectó a los improvisadores, quienes al día siguiente resolvieron manifestar su sincera opinión, arremetiendo también contra la tiranía. Ese día fue todo un programa de oposición y esto trajo la suspensión definitiva del espectáculo.

El programa *Cantadores Nacionales*, que era animado por Orestes Valera y Agustín Roque Fuentes, es otro programa campesino en que ya los oyentes se habían dado cuenta de que la gran controversia no era la de Rigoberto Rizos contra Adolfo Alfonso, ni la de Antonio Camino contra Orlando Vasallo, ni la de *Angelito Valiente* contra el *Indio Naborí*, sino la del pueblo contra la tiranía.

Tanto el Partido Socialista Popular como el Movimiento 26 de Julio utilizaron a través de la radio el poder aglutinante de estos poetas populares para la realización de numerosos actos.

Cuando la Revolución asume el poder, ya los trovadores radiales tenían una trinchera. Es la radio el vehículo por el cual han de hacer llegar a sus hermanos del campo las consignas de la Revolución, y son precisamente los trovadores, entre los que se encontraba el valioso poeta, guitarrista y compositor Eduardo Saborit, los que llenan las ondas para llevar a lo más recóndito de la Sierra, en el Año de la Educación, una de las más grandes tareas revolucionarias: La alfabetización.

A este gran esfuerzo contribuyó la juglaría con su pluma, su voz y su bella y persuasiva música campesina.

EL CASO DE LA GUAJIRA GUANTANAMERA

Dice Alejo Carpentier en su libro *La música en Cuba*:

Desde muy temprano el romance se cantó en Cuba. Su huella se encuentra, muy viva y profunda, en los cantos de campesinos blancos, y muy principalmente en lo que se refiere a las versiones extremeñas. [...] Pero hay un ejemplo más elocuente todavía: hace poco, una estación de radio de La Habana obtuvo un gran éxito de popularidad con una canción de buen corte campesino, titulada *La*

Guantanamera [...] no era otra que la del viejísimo romance de *Gerineldo*, en su versión extremeña.

La *Guantanamera*, inscrita como guajira, no es de Guantánamo, ni propiamente una guajira, cuya melodía y letra es siempre igual, sino una tonada guajira cuyo estribillo: «*Guantanamera, guajira Guantanamera*», no cambia, pero el resto de la letra, escrita en cuartetas o espinelas, siempre fue distinta, cantada así inclusive por su autor.

Ha sido en la actualidad que se canta en el mundo entero como guajira al llevar los versos de José Martí —siempre los mismos—, no así en Cuba, donde éstos se cambian y hasta se le agrega, aunque sean del Apóstol.

El autor de la tonada a la que hace referencia Alejo Carpentier es el repentista y sonero *Joseíto* Fernández. Dicha tonada la compuso el autor en 1928, cuando él se dedicaba a cantar sones montunos. En 1935 estando de solista con la orquesta Riveiro, la estrenó por la radio en la CMCO.

La misma, letra y música de *Joseíto* Fernández, llevaba una espinela escrita por él y fue siempre de tipo denuncia. Pronto se hizo popular, y en 1940 era el tema de la Orquesta de *Joseíto* Fernández.

En 1943 *Joseíto* Fernández fue contratado por la firma Crusellas para incorporar la *Guantanamera* a un espectáculo que se titulaba *El Suceso del Día*, que se radiaba por la CMQ de Monte y Prado, y cuya característica era escenificar los sucesos de la crónica roja.

El autor inicial del libreto fue Germinal Barral (*Don Galaor*), y las espinelas que cerraban el espectáculo las escribía *Chanito* Isidrón, con la melodía de la guajira *Guantanamera* interpretada por el autor.

A partir de este instante, como el contrato era de exclusividad, La *Guantanamera* original no se cantó más en la radio, porque el patrocinador la reservó para su programa. Inclusive cuando la orquesta del autor tocaba por la radio, no podía cantarla. Sólo se le autorizó interpretarla cuando amenizara algún baile.

En 1957 (catorce años después), se dejó de patrocinar, pero estaba tan popularizada la letra y la melodía del estribillo, que en toda Cuba era muy corriente decir por una causa u otra: «Te

enteraste de la guantanamera que le metió Juan a Teresa»; o bien: «Más vale que ni te metas, porque te pueden cantar la guantanamera.» Esta costumbre se deja oír aún en nuestros días.

La historia de esta tonada campesina demuestra cómo el patrocinador o anunciante, cuando se daba cuenta de que una melodía estaba metida en el campo, contrataba el autor-intérprete, adulteraba su origen y la convertía en un vehículo para que el campesino escuchara a través de sus espinelas algo escrito por un poeta popular, muy lejos del verdadero sentido inicial de las mismas.

Claro que la audiencia recibía a través del programa el anuncio del artículo que en ese momento se quería introducir en el mercado. No creo que el resultado haya sido planeado de antemano, en cuanto a la mixtificación de la tonada, sino por el contrario, creemos que los trovadores de entonces pensaban que era un triunfo de la décima sobre la prosa, ya que lo que hizo llegar al clímax el espectáculo fue la décima espinela final, con la melodía de la *Guajira guantanamera*, que se inicia cantándola la Calandria.

Sin embargo, fue su contenido dramático, su prosa, lo que limitó la espinela y la encerró en un ambiente perenne de lobreguez durante catorce años, convirtiendo la pieza en el símbolo de la tragedia y de la chabacanería.

Después de la Revolución tuvimos el honor de escucharla de nuevo en boca de su intérprete-creador, tal y como había surgido, pero ahora llegaba al campesino como guía orientadora, en el programa *Brigada Campesina*, dirigido por nosotros y orientado por la Comisión Nacional de Alfabetización. En la actualidad se tararea y se canta en el mundo entero convertida en guajira, con los versos de nuestro Apóstol José Martí, por iniciativa del cantante norteamericano Peter Seeguer, intérprete de la canción denuncia.

EL CASO CLAVELITO

Conocimos a Clavelito en la Corte Suprema del Arte. Era un hombre de extracción humilde, hábil repentista, cuya especialidad era el género humorístico.

Controversias dentro de ese estilo son las que, junto a *La Calandria*, repentista igual que él, le hicieron acreedor de una gran popularidad, y que de no haber tomado el camino que tomó, hubiera sido suficiente para considerar su trayectoria dentro de nuestro sector de forma positiva.

Pero, ¿qué ocurrió con *Clavelito*? Unas breves líneas nos bastan para darlo a conocer.

Miguel Alfonso Pozo (*Clavelito*), nació el 29 de septiembre de 1908 en Ranchuelo, Las Villas, y murió el 21 de julio de 1975, en La Habana. Cantante y repentista, se inicia en la radio formando el dúo Moriano y *Clavelito*, transmitiendo por la CMHI de Santa Clara. Escribe las décimas que canta *Pepe Cortés*. Más tarde forma el dúo con *La Calandria* y popularizan la controversia de las «Rubias y Trigueñas» en la emisora de Amado Trinidad. Miguel Gabriel, ofreciéndoles más sueldo, los trae para la CMQ de Monte y Prado.

Cuando Gaspar Pumarejo adquiere Unión Radio, la que inaugura el 6 de octubre de 1947, lleva a *Clavelito* con él, pagándole un sueldo mayor que Miguel Gabriel.

Estando en Unión Radio, y a petición de Pumarejo, autor de la idea, protagoniza el célebre programa de *El Vaso de Agua de Clavelito*. Y para vergüenza de nuestra radiodifusión, se le permitía decir antes de comenzar el programa:

*Pon tu pensamiento en mi,
verás que en este momento
mi fuerza de pensamiento
ejerce el bien sobre ti.*

Y esto sucedía con una indiferencia total por parte de la Comisión de Ética para Radio y Televisión, que comenzó a funcionar el 17 de febrero de 1947. Esta Comisión estaba integrada por delegados de la Asociación de Anunciantes de Cuba, la Federación de Radioemisores de Cuba, la Asociación Cubana de Autores y los publicitarios, además de un comisionado general, un tesorero y un secretario. Y entre sus normas estaba la prohibición de «hacer predicciones, pronósticos o advertencias que pudieran causar alarma o temores o crear supersticiones o excitar interés o fe en estas prácticas». Antes que *Clavelito*, tuvieron programas con características similares

La Diosa del Misterio, por la RHC Cadena Azul; y el profesor Carbell, por la CMQ de Monte y Prado.

La aparente popularidad e influencia que *Clavelito* creyó ejercer sobre los oyentes del programa, hizo que en la década del cincuenta, con Batista en el poder, se postulara para representante.

Aunque hubo quien dijo que el programa de *El Vaso de Agua* fue el más escuchado de todos los tiempos, dado el poder de «persuasión» que ejercía *Clavelito* sobre el oyente, en la práctica no fue así: la aspiración a un acta de representante quedó resumida en uno que otro pasquín clavado en un poste del alumbrado, cuya cartulina arrancó el agua... de lluvia.

Pero, siempre hubo quien le saliera al paso a tanta inmoralidad, y nadie con más autoridad, por conocer la idiosincrasia de nuestro pueblo, que Nicolás Guillén, nuestro Poeta Nacional. leamos:

*Mi querido Clavelito
me perdonarás seguro
que te ponga en un apuro,
mas tu opinión necesito.
Si tu poder es bendito
(como asegura la gente)
dime, amigo, urgentemente
dónde pudiera encontrar
el modo de trabajar
sin llegar a delincuente*

*Reina el hombre en nuestra tierra,
creciendo está el desempleo
y por todas partes veo
preparativos de guerra.
Esta situación me aterra,
pues sé que Cuba se ahoga;
así mi canto interroga,
Clavelito, por saber
cuándo nos podremos ver
libres de palo y de sogá.*

*El agua «magnetizada»
que usé según tu consejo,*

*debo confesarte, viejo,
que no me sirvió de nada,
En la cocina apagada
ni un mal caldo hierve ahora,
y yo igual que mi señora
te juramos que hace un mes
¡ay! no sabemos lo que es
comer comida a su hora.*

*Reunirse es delito grave;
hablar, un grave delito
y lo demás, Clavelito,
ya todo el mundo lo sabe
Piensas que Batista es suave
porque te ha dejado actuar,
mas si quisieras hablar
como al pueblo hablar debieras,
seguro que entonces vieras
que otro gallo iba a cantar.*

*Yo soy tu hermano y tu amigo
y por serlo en realidad,
es que con toda lealtad,
te digo lo que te digo.
Con paso seguro sigo
el camino de Martí
incorpórate y que aquí
Cuba luchando te vea...
¡Por una vez aunque sea,
pon tu pensamiento... en ti!*

(«Coplas de Juan Descalzo» VIII
agosto 14, 1952)

LA ESCUELA DE CIENCIA POPULAR Y BUEN HUMOR

La tarde del 27 de junio de 1938 se transmitió por vez primera en la CMQ *La Escuela de Ciencia Popular y Buen Humor*. Fue hasta 1939, en que dejó de transmitirse, uno de los programas radiales de más popularidad, cuyas características culturales marcaron el primer paso en este tipo de espectáculo.

Aunque la idea fue del departamento de Propaganda de Crusellas y Compañía,²⁹ la intervención de Justo Méndez Zubizarreta, maestro de escuela, llamado por su labor en el programa «El Preguntón», fue decisiva, ya que era el único personaje del programa.

Éste hacía llegar al oyente, primero la pregunta y después la respuesta indicada. Las preguntas eran de tipo general; algunas, muy sencillas; otras, difíciles de contestar, porque implicaban una labor de búsqueda para el oyente, que no siempre tenía el tiempo ni la fuente para hallar la respuesta, pero que en definitiva lo hacía pensar.

El programa estaba dirigido a toda clase de oyente, ya que el material se escogía con ese fin.

En principio las preguntas las buscaba Justo Méndez; más tarde se utilizó los llamados corresponsales, que no eran otros que los propios oyentes, que enviaban las preguntas.

Llegó un momento en que el programa era sostenido por los oyentes con su diaria colaboración de preguntas con sus respuestas.

Después de desaparecida *La Escuela de Ciencia Popular y Buen Humor* se transmite por vez primera *La Bolsa del Saber*, idea del publicitario Luis Aragón.

29 La idea fue copiada de un programa de la National Broadcasting Company, aunque a éste lo caracterizaba lo polémico y no el entretenimiento, pero está basado en el mismo principio. Es decir, que del departamento de «creadores» de Crusellas y Cía, no siempre salían originalidades, también copiaban.

Este programa de tipo cultural salió al aire el 9 de enero de 1940, en forma experimental, en los estudios de la CMQ, y después fue trasladado para la RHC. Radio Habana Cuba. El radioyente hacía preguntas sobre conocimientos generales. Esas preguntas, debidamente documentadas, se investigaban, y confirmadas sus respuestas, se sometían a un panel que debía contestarlas. Éste estaba formado por los periodistas Juan Luis Martín, Pablo Medina y Andrés Núñez Olano; y como invitados: Enrique H. Moreno, periodista; los doctores Pedro M. Gassó, Humberto Galis Menéndez, Pedro Antón y Luis R. Cabrera.

A los dos años de estar en el aire, previa selección de preguntas y respuestas, Luis Aragón y José Z. Tallet, publicaron un libro al que llamaron *Enciclopedia Popular en miniatura*, del cual se imprimieron diez mil ejemplares.

Este espectáculo salía al aire dos veces por semana: los lunes y jueves a las nueve de la noche, por la RHC Cadena Azul, y quizás haya sido el más oído de ese tipo en nuestro país. Fue el primero con esas características, y su aceptación fue tal, que con otros nombres, aún continúa en nuestros días.

Aunque las características de estos programas no eran iguales, especialmente en cuanto al nivel de los mismos, existe la posibilidad de que Luis Aragón lo haya elaborado pensando en el interés demostrado por el oyente en el anterior programa de preguntas y respuestas.

Sin embargo, esto no resta en lo absoluto al formato utilizado y creado por Aragón, basado en la probada capacidad, conocimiento, prestigio y agilidad mental del equipo que lo componía, y el asesoramiento cultural del poeta y escritor José Z. Tallet.

HORA CUBANA DE CULTURA POPULAR

A fines del año 1935, con el resultado adverso —transitorio— para el movimiento revolucionario que acarreó el fracaso de la huelga general política de marzo, dado el terror y el estado de excepción implantados por el gobierno reaccionario de Batista, con José Eleuterio Pedraza como brazo ejecutor de crímenes y persecuciones, con su «toque de queda» y las cárceles llenas de

obreros y dirigentes revolucionarios, es que surge la idea de crear un programa radial para la difusión de nuestra cultura y que el mismo pudiera llegar a las más amplias capas de la población.

Así surgió, el primer domingo de enero de 1936, la *Hora Cubana de Cultura Popular*, que salió al aire por la radioemisora CMCY de Autrán en los 1030 kilociclos del dial, con una dirección colectiva de un grupo de compañeros revolucionarios, vinculados al Partido Comunista.

Los fines y propósitos de la hora radial eran «difundir ampliamente la cultura en los medios todos de nuestro pueblo, especialmente en el campo dormido y en las pequeñas ciudades del interior que, en doloroso contraste con la capital fastuosa, vegetan miserablemente sumidos muchas veces en la más espantosa incultura».

Por los micrófonos de la *Hora Cubana de Cultura Popular* desfiló todo el pensamiento revolucionario y progresista de nuestra intelectualidad, en su mayoría con definida militancia de izquierda, y entre los muchos a mencionar podemos citar: Juan Marinello, Carlos Rafael Rodríguez, Salvador García Agüero, Manuel Bisbé, Fernando Ortiz, Nicolás Guillén, Luis Felipe Rodríguez, Luis Gómez Wangüemert, Emilio Roig de Leuchsenring, Elías Entralgo, Vicentina Antuña, Camila Henríquez Ureña, Ángel Augier, Jorge Rigol, Regino Pedroso, Emilio Ballagas y otros muchos.

La *Hora Cubana de Cultura Popular*, que salió al aire con un programa y plan de divulgación totalmente definidos, tuvo característica únicas para la época y el medio en que realizó sus propósitos, tal fue el hecho de que no radiaba propaganda comercial de ningún tipo y era sostenida económicamente por «grupos de oyentes amigos», los que mensualmente hacían sus aportes para sufragar los gastos originados por las transmisiones, incluidos dentro de éstos la impresión de folletos, y su distribución gratuita, de los materiales radiados cada domingo.

La *Hora...* estaba dirigida por un colectivo de compañeros integrado por: José Antonio Portuondo, Celso Enríquez, José Tabío, Alberto Valdés, Matilde Betancourt, Mario García del Cueto y Rafael Soto Paz. A nuestro juicio, fue la primera transmisión radial cuya dirección, programa y propósitos eran totalmente marxistas, y jugó un rol importante en momentos en

que la reacción nacional no permitía a los revolucionarios, a los obreros, ningún tipo de actividad. Ésta se logró bajo el manto de la cultura, dirigida a las más amplias capas de la población humilde y trabajadora.

A mediados del año 1937, cumplido el ciclo de los propósitos que dieron origen a su creación, y como había variado el clima nacional, dio paso a otro programa radial en la misma emisora CMCY, de mayor envergadura desde el punto de vista cultural, pero con nuevos objetivos que se había trazado la *Hora...* Este nuevo programa radial, bajo los auspicios de la Hermandad de los Jóvenes del Pueblo, organización creada por la Liga Juvenil Comunista, fue el *Instituto Popular del Aire*.

EL JURADO DEL PUEBLO

El *Jurado del Pueblo* era un programa que tenía como característica la exposición de un hecho con sus pro y sus contra.

El doctor Carlos M. Palma, abogado criminalista, y Mercedes Pinto, escritora y conferencista, hacían gala de su fácil oratoria y conocimientos a la hora de argumentar a favor o en contra, indistintamente.

Seis personas, tres hombres y tres mujeres, presididos por el conocido actor, escritor y director Luis Manuel Martínez Casado, creador del programa, escuchaban el parecer de Mercedes Pinto y Carlos M. Palma, sobre temas que el oyente sugería.

La participación del público presente y del oyente, que enviaba los problemas y terciaba en la discusión, le daba un sentido popular que ayudaba a que el programa se escuchara.

Nosotros, que por aquella época trabajábamos para Sabatés S.A, en *La Revista Llave del Aire*, creemos que de los cientos de problemas que se trataron, uno de los más polémicos fue «El Certificado Pre-Nupcial Obligatorio».

En esta oportunidad lo que se puso a discusión pública fue el proyecto de Ley del doctor Marino López Blanco, abogado y representante a la Cámara, para establecer en Cuba el certificado médico prenupcial obligatorio. El propio Marino López Blanco fue el ponente del tema.

El Jurado del Pueblo estaba integrado por Luis Manuel Martínez Casado, quien lo presidía; doctor Mario Fuentes

Aguilera, abogado; Mari Blanca Sabas Alomá, periodista; doctor Rubén Vento, abogado; doctor Israel Soto Barroso, abogado; doctor Agustín Mellado, cirujano dentista; Caridad Bravo Adams, actriz y escritora; Josefina Pedrosa, comadrona facultativa; doctor Eduardo Chibás, abogado y Representante electo; doctor C. Hernández Toraño, abogado y periodista; doctora Emma Pérez Téllez, pedagoga; doctor Enrique Lambarri, cirujano ginecólogo, y el doctor José Chelala Aguilera, cirujano ginecólogo.

Argumentó a favor del Proyecto de Ley, el doctor Carlos M. Palma, y en contra, Mercedes Pinto.

La sesión inicial tuvo efecto el 22 de junio de 1940, se celebraron ininterrumpidamente las sesiones todos los martes, jueves y sábado de ocho y cuatro a nueve de la noche, hasta el 21 de septiembre del mismo año, en que tuvo efecto la sesión final. Actuó de secretario del jurado el doctor Hernández Toraño.

Las discusiones surgidas en torno a este tema y otros fueron tan candentes, que dio lugar a que la empresa Sabatés S.A. acordara, a pesar de tener una gran audiencia, retirar el programa del aire, ya que temía se convirtiera en tribuna política, dado los conceptos y enfoques que se planteaban.

Reproducimos la exposición del doctor Eduardo Chibás:³⁰

30 Eduardo R. Chibás. Luchador anti-machadista. Fundador del Directorio Estudiantil de 1927. Combate a Batista desde 1933. Delegado a la Asamblea Constituyente de 1940. Miembro del Partido Revolucionario Cubano (Auténtico), con el que rompe violentamente en 1947 y funda el Partido del Pueblo Cubano (Ortodoxo). Senador de la República en 1941 y 1950. Llevó a cabo grandes campañas moralizadoras contra la corrupción política y administrativa. Su lema era «Vergüenza contra dinero». Fallece el 16 de agosto de 1951, a consecuencia de un tiro que se da el 5 de agosto, hablando ante los micrófonos del estudio 3 de la CMQ, en la escuchada hora doctrinal del Partido del Pueblo Cubano, que se trasmitía todos los domingos. Un dato poco conocido es que fueron el doctor Fidel Castro y el compañero Gabriel Palau los que trasladaron en brazos a Chibás, desde el estudio de radio hasta la máquina que lo llevó al hospital.

LA REVISTA LLAVE DEL AIRE
JURADO DEL PUEBLO

La Habana, septiembre 14 de 1940.

- Márquese ——— ESTOY de acuerdo con la Ley
el cuadro co- implantando el certificado Médico Pre-
rrespondiente Nupcial.
- ESTOY de acuerdo con la Ley im-
plantando el Certificado Médico Pre-
Nupcial, con las modificaciones que
sugiero.
- NO ESTOY de acuerdo con la im-
plantación del Certificado Médico
Pre-Nupcial.

EXPLICACIONES
(Si hay algunas.)

1º Implantar el Certificado Médico pre-nupcial sobre la base de las conclusiones formuladas por el Dr. Chelala y teniendo en cuenta muy particularmente las indicaciones del Sr. Fuentes Aguilera y la Srta. Mariblanca Sabás Alomá.

2º Estableciendo de inmediato un registro de nacimiento reglado con enfoque eugenésico.

3º Creando fuertes sanciones penales para todos aquellos individuos tarados que procreen, ya sea dentro o fuera del matrimonio.

4º Concediendo una atención especial al servicio médico de los hospitales y castigando drásticamente, sin contemplaciones, toda malversación de los fondos benéficos.

5º Velando por el cumplimiento de las leyes sociales y muy particularmente las relativas al jornal mínimo, la jornada máxima, el descanso retribuido y la protección a la mujer y al niño. Solamente cuidando la salud del pueblo levantaremos en todos los órdenes el nivel de la generación futura.

6° Construyendo en las municipalidades casas higiénicas para los trabajadores y los desempleados.

7° Propugnando un plan científico encaminado a mejorar la vivienda del campesino.

8° Prestando mayor interés al cumplimiento estricto y honrado de las leyes vigentes en favor de las clases populares (cuyas leyes existen) que a la invención de otras leyes nuevas que los gobernantes (al igual que ocurre con las actuales) no han de hacer cumplir; pues son muchas veces los gobernantes y otras los propios inspiradores de las leyes, los primeros en desconocerlas y violarlas.

9° Luchando, por un honesto régimen de gobierno que haga cumplir las leyes y envíe a los poderosos infractores de las mismas, a los que contaminan con sus vicios la conciencia colectiva, a los malversadores de los fondos públicos, a la cárcel o al presidio, en vez de elevarlos a las más altas posiciones, desde las cuales han de proseguir su obra de envenenamiento sistemático y de corrupción de costumbres.

Solamente así, procediendo de esa manera, podremos tener un pueblo fuerte y sano, tanto en lo físico como en lo moral.

Eduardo R. Chibás
Firma.

El Jurado del Pueblo comenzó el martes 16 de julio de 1940 por la emisora COCO y CMCK, y terminó escasamente al año en la RHC Cadena Azul.

Al dejarlo de patrocinar Sabatés S.A., la COCO y CMCK de Luis Casas Romero, aprovechando la popularidad del espectáculo, le cambian el nombre por el de *La Asamblea Popular*, e inicia una nueva etapa. Entre los múltiples temas que se discutieron, los más destacados fueron el de la eutanasia y el servicio militar obligatorio.

Con el tiempo pasó a la emisora Unión Radio, ahora con el nombre de *Audiencia Pública*.

ETAPA MONOPOLISTA

Para garantizar una audiencia permanente en todo el territorio, se organiza la operación simultánea de muchas plantas en las provincias, unidas por un hilo telefónico con la central de La Habana. Son las «cadenas de radio» que, en efecto, van a encerrar a la radio en un círculo controlado.

Aparecen grandes «patrocinadores» con «bloques de programas» dentro de una misma emisora. Los artistas más destacados firman contratos de «exclusividad», que los convierten en figuras dependientes de las industrias, no de las plantas.

Firmas vinculadas con casas matrices de Estados Unidos de Norteamérica financian la construcción de amplios y modernos edificios, con estudios múltiples, aire acondicionado y adelantos técnicos.

Los equipos de transmisión más potentes son obtenidos por financiamientos confidenciales con agentes de los grandes fabricantes, predominando los dos monopolios más poderosos: RCA Víctor y General Electric. Así, los programas, edificios, equipos, personal y capital de operación, quedan bajo el control de manos norteamericanas, dedicados a impulsar la penetración de sus productos mediante sistemas de propaganda dirigidos por agencias subsidiarias de aquel país.

La PWX, convertida después en CMC, de la Cuban Telephone Company, había suspendido sus actividades. Como era de esperar, después de haber iniciado la primera Cadena Nacional Telefónica en 1928. El imperialismo había encontrado vehículos más amplios, apoyado en la burguesía nacional.

Con los años surgieron varias cadenas nacionales. Desaparecida la primera, quedaron:

RHC Cadena Azul, Circuito CMQ, CMBC Radio Progreso y CMKC Cadena Oriental (Provincia de Oriente).

DIVIDE Y VENCERÁS

Este paso fue decisivo en el proceso. Se precisaba transformar la radiodifusión, liberarla del molde teatral para encauzarla en su propia modalidad artística.

Pero los industriales y sus agentes publicitarios vieron en ese fenómeno un punto de partida para ir *desmenuzando* el sector radial que formaba un todo compacto y firme.

Lo dividieron en pequeños grupos especializados, a los cuales fraccionaron hasta el punto en que todos fueran más fáciles de controlar.

El primer cambio notable en la segunda etapa radial, la comercializada, está condicionado a la aparición de *La Corte Suprema del Arte*, espectáculo que dio origen a una nueva era en la radio. Logra mantener por varios años una atención sensacional hacia la audición de aficionados (muy jóvenes en su mayoría), de los cuales surge una nueva generación de artistas.

Hasta ese momento, el prestigio de las grandes audiciones estuvo cimentado en los cuadros de comedias sostenidos por famosas figuras del teatro y una depurada técnica radio-teatral.

Los programas musicales eran de escasa atracción ya que, con excepción de las llamadas «orquestas bailables», sólo se contaba con una docena de figuras líricas con suficiente cartel para constituir una atracción radial. Estas figuras se agrupaban alrededor del maestro Lecuona y sus famosos *Conciertos Populares* en los teatros, que constituían la nota sobresaliente del mundo lírico de aquellos años.

El radio-teatro, en cambio, agrupaba a varias docenas de figuras famosas del drama y la comedia, sin contar con un eficiente grupo lírico radial, que ofrecía semanalmente zarzuelas y operetas adaptadas a la radio.

Casi todas las figuras de atracción popular, con programas de gran audiencia local en La Habana, eran en ese momento ídolos teatrales que mantenían espectáculos «hablados».

Sin embargo, la promoción de los nuevos cantantes ejerció fuerte presión sobre la hegemonía del programa dramático. Pronto nació una nueva pugna radial: la lucha entre «líricos» y «dramáticos», con la consiguiente competencia entre programas «musicales» y programas «hablados».

Es en la CMQ de Cambó y Gabriel, en Monte y Prado, a finales de la década del treinta, donde de forma continuada se inician las primeras radio-revistas musicales, cada domingo de 10 a 12 de la noche, patrocinadas por Domingo Méndez e hijos.

La revista presenta a los triunfadores de *La Corte Suprema del Arte*, con libretos de Arturo Liendo y la intervención en su parte hablada de los actores Guillermo de Mancha, Aníbal de Mar, Sol Pinelli, Xiomara Fernández y Asunción del Peso. El acompañamiento musical estaba a cargo de los directores Rendón y Arjona.

A partir de este momento, que pudiéramos considerar como de tensión radial máxima en la etapa comercial, surgió esa norma de llamar talento vivo a un sector del personal que intervenía en los programas. Era una definición de la Agencia, con fines de contabilidad.

El personal técnico lo suple la emisora y va incluido en la tarifa de tiempo. El «talento» es la parte que contrata el anunciante con pago directo.

Los artistas que ya son más conocidos, por su tiempo de actuar o por habilidades personales, empiezan a obtener contratos con carácter de «exclusivos» para una sola firma. Otros quedan en la categoría de «eventuales» a tarifa libre.

Los más populares alcanzan sueldos «estelares», mientras los menos famosos tienen que contentarse con hacer de vez en cuando un papel corto, por el cual, al principio, se pagaba sólo un peso.

Como en Cuba era corriente llamarle «bolo» al peso, ese es el origen de la frase «hacer un bolo», que dio pauta para la clasificación de «bolero» a los que no actuaban de modo fijo y con sueldo estable.

En ese proceso comercial ha cambiado el medio psicológico. Del grupo unido de la etapa romántica, donde todos lograban buenos programas en un esfuerzo colectivo, se había pasado a un medio en pugna, donde cada grupo trataba de imponer sus intereses contra el resto: los técnicos, en desacuerdo con el

talento; líricos contra dramáticos; exclusivos contra eventuales; «boleros» contra estelares.

El índice más claro de la pugna en los medios artísticos es la división sindical; había un Sindicato de Músicos, una Asociación de Artistas, un Colegio de Locutores, y una Unión de Operadores.

En el centro de todo este divisionismo, que debilitaba al desorientado sector radial, el Patrocinador, aprovechando todas esas pugnas internas, forzaba los contratos, bajaba los costos, elevaba o destruía a las estrellas.

Los programas obedecían a los propósitos de ventas y a razones comerciales, por encima de las razones estéticas y culturales que habían predominado en los primeros pasos de la radiodifusión.

PLANTAS CHICAS Y GRANDES

Mientras el sector laboral se divide, se fragmenta (de un todo en muchas partes), la patronal sigue un proceso contrario, se integran muchas partes en un todo.

Esa tendencia es impulsada por las grandes inversiones de capital-anuncio, que son concentradas en unas cuantas emisoras, que desarrollan su capacidad técnica y administrativa, mientras el resto de las empresas radiodifusoras se queda rezagado a un nivel de «planta chiquita».

En ese momento el Estado debió intervenir con una seria legislación que organizase las transmisiones y fijara un límite al número de emisoras que debían operar en todo el territorio nacional. Desde el punto de vista técnico, cultural y artístico, lo correcto hubiera sido determinar las necesidades radiodifusoras, a partir de un estudio territorial, demográfico y técnico.

Si se hubieran considerado previamente esas necesidades, una legislación científicamente orientada hubiera establecido los niveles obligatorios de alcance, métodos técnicos y tarifas reguladas, tanto en salarios como en ingresos por concepto de anuncios. Eso hubiera estabilizado el sistema, creando niveles promedio en la capacidad de las emisoras, sin afectar la «iniciativa privada» y los índices de progreso que cada empresa pudiera desarrollar dentro de aquel sistema de la llamada «libre competencia».

Sin embargo, ni siquiera esos controles elementales fueron aplicados, pues los gobiernos de la época, totalmente de espaldas al problema radial como industria, no le prestaron ni los estímulos típicos del régimen capitalista. Se dejó al medio en una completa anarquía, y se mantuvo, como sistema, el respeto a los intereses creados, apoyados en contactos y privilegios que se obtenían por influencias «políticas».

En todo el territorio un amplio sector identificado como «plantas chiquitas» quedó limitado a pasar discos musicales y organizar algún noticiario más o menos escandaloso.

Un grupo más audaz concentró el apoyo industrial en la capital, donde media docena de «plantas grandes» pasó al plano de evolución en gran escala, con programas, artistas y facilidades técnicas que lo colocó a la cabeza de la radiodifusión en toda la América Latina.

LA COMPETENCIA

En un análisis dialéctico no puede pasarse por alto un hecho evidente: si bien la estructura comercial desorientó a la radiodifusión en el sentido que hemos indicado, no es menos cierto que una intensa competencia mercantil, tanto de emisora a emisora, como de producto a producto, estimuló el desarrollo técnico, amplió de manera sorprendente el campo laboral, y abrió nuevas fuentes de trabajo; y, en la primera fase de la etapa comercial, la búsqueda de recursos de expresión, inquietud estética y superación técnica alcanzaron los índices más altos, que luego empezaron a decaer cuando, en la siguiente etapa, la monopolista, la radio entró en su fase «mecanizada» de producción en serie, en la que se tenía en cuenta la preocupación por trabajar más y no por actuar mejor.

Aquellos elementos que surgieron al lado de los pioneros: directores, artistas, locutores, autores y técnicos, al contar con mejores equipos, nuevos adelantos tecnológicos y una intuición nacida de las pasadas experiencias (la sabiduría que se adquiere en la práctica), convirtieron los programas radiales en verdaderos espectáculos de arte o en nuevas formas espectaculares de entretenimiento.

Desapareció el sistema del «trueque» (pago en menciones), para dar paso a una escala de sueldos que cada vez se hacía más

importante. Las «plantas grandes», para asegurarse el mejor talento, elevaban los sueldos a niveles que no podían resistir los competidores más pequeños.

Esta competencia artificial de salarios invirtió los términos de la apreciación artística, y comenzó a estimarse que «el mejor artista era el que tenía el sueldo más alto», cuando, en realidad, la categoría «estelar» no era siempre producto de una verdadera calidad profesional, sino que se veía sujeta a factores imponderables y fortuitos.

La necesidad de «concentrar audiencia» (de arrebatarse oyentes al competidor), comenzó con ampliaciones en los equipos. Pero cuando todos los «grandes» estaban en el mismo nivel técnico, hubo que crear «atracciones humanas». Y la gran difusión que ya se lograba al cubrir todo el territorio con cadenas nacionales, permitió desarrollar una especie de «idolatría» por las figuras radiales elevadas a la cumbre.

ÍDOLOS RADIALES

La radio captaba cada vez más simpatía en el público y desarrollaba sus recursos de expansión. Aprovechando la prolongada crisis del teatro en Cuba (sólo eventualmente se ofrecía teatro en algunas salas de selección), quedaba el cine como el otro gran espectáculo de masas.

Cuando empezaron a importarse en Cuba las grandes cintas producidas en español, la radio se alió a la industria de exhibición cinematográfica, único giro «de cine» que se podía considerar en Cuba.

En 1936, el primer experimento fue la presentación «en persona» de la famosa estrella internacional Imperio Argentina, en los momentos en que causaban furor en toda la república sus dos producciones estelares: *Morena Clara* y *Nobleza baturra*. La presentación radial de la gran artista española se realizó a las doce meridiano, hora considerada como «tiempo muerto» en aquellos días. Imperio fundó un imperio: el «tiempo» de las doce se convirtió, desde entonces, en uno de los programas de mayor sintonía (CMQ), en el cual se desarrollaron después numerosos ídolos nacionales. Contratada por la Cadena Crusellas, Imperio Argentina cobró mil pesos por cada audición durante dos semanas.

El experimento sirvió más tarde de base para un sistema práctico: los empresarios «importaban» una figura de fama mundial y alrededor de su espectacularidad «lanzaban» valores locales que se imponían rápidamente. Este método se mantuvo luego en la televisión, y resultó efectivo hasta el gran cambio en las estructuras de la radiodifusión provocado por la Revolución.

La competencia creaba figuras y las hacía «exclusivas», para lo cual se mantenía saturado al público, por medio de la prensa especializada, con un constante bombardeo de publicidad sobre ellas y ellos. Fotos, entrevistas, reportajes, detalles íntimos. Cómo vivían, cómo amaban, cómo se casaban y cómo se divorciaban: todo era devorado por el público con un morboso interés. Tanto los ídolos como los oyentes se contagiaron con ese virus del sensacionalismo artístico, tipo Hollywood, que en la década del veinte nos lo mandaban mimeografiado.

La práctica de investigaciones de audiencia (*surveys* de radio), activó la competencia y contribuyó a consolidar el éxito de aquellas «estrellas» favoritas que producían los más altos índices de recepción promedio (*rating* radial).

Los autores, contagiados por la ola de altos salarios, se plegaron a las normas comerciales y abandonaron los primeros intentos de la búsqueda inquieta de formas nuevas, para limitarse al uso reiterado de aquellos «recursos del oficio» que ya se sabía que daban *rating* y producían los más altos dividendos. Era el siglo de oro de la radio, pero no por su calidad precisamente, sino por los altos salarios. Salarios cuyo ascenso ilimitado en ciertos y determinados casos se debieron a la fusión de la RHC Cadena Azul, con Amado Trinidad como máximo responsable de la misma.

E PLURIBUS UNUM

Ante la indiferencia oficial por los problemas radiales, surgieron en el medio algunas mentalidades más desarrolladas, dispuestas a poner un poco de orden en el caos de las ondas. Llegaron, por supuesto, a pescar en el río revuelto.

Dos cadenas nacionales de radio, con numeroso personal y una extensa gama de programaciones para cubrir dieciocho horas de trasmisión diaria, marcaban el ápice radial al comenzar

la década de los 40. Desde las seis de la mañana, hasta las doce de la noche, por todo el país fluye constantemente un torrente de programas radiales, que baja desde La Habana hasta los extremos, por dos vertientes primarias: la RHC Cadena Azul y el Circuito CMQ.

Organizar, mantener y administrar esas dos corrientes de conflictos técnicos, financieros, artísticos y laborales, representaba un esfuerzo demasiado intenso para la mentalidad de los hombres que se habían visto al frente de sus respectivos mandos. La radio había crecido demasiado en un tiempo mínimo, y se les iba de las manos a sus dueños.

Más de treinta emisoras pequeñas en La Habana (la ciudad con mayor «densidad radial» en el mundo), y otras tantas distribuidas en diversas ciudades provinciales, se debatían en un medio estéril, incapaz de suministrar sustancias de alimentación y desarrollo para tantos organismos radiales.

Al fundarse una Federación de Radioemisores, con dos capas formadas por las grandes y las pequeñas plantas, los pequeños empresarios se aglutinaron alrededor de los dos magnates de las cadenas, de los cuales podían recibir una eventual ayuda: préstamos, equipos, influencia política. Así, de entre todos los radioemisores, surgieron dos cabezas representativas del poder radial, dos reyes de la industria: Amado Trinidad en RHC y Miguel Gabriel en CMQ.

Cuando la competencia entre ambos llegaba a un grado de fervor personal, de cuestión de amor propio, entró en el juego un nombre hasta entonces desvinculado del sector radial: Goar Mestre.

Su táctica fue diabólica: apoyó primero con programación a la RHC, para debilitar a Miguel Gabriel. Cuando lo tuvo acorralado, compró la CMQ, y volviéndose entonces contra su propio aliado, destruyó la RHC Cadena Azul.

De entre todos, uno: Goar, devino en rey de la radio. Había estudiado en los Estados Unidos de Norteamérica, el país que tiene ese lema: *E pluribus unum*. Y sabía los métodos que les gustan a los imperialistas.

Detengámonos, pues, en la consideración de esos nombres, sus cadenas, así como los mecanismos puestos en práctica, toda vez que constituyen los elementos tipificadores de la *etapa monopolista*.

AMADO TRINIDAD VELASCO Y RHC CADENA AZUL

Amado Trinidad dijo en una oportunidad:

Cuando la huelga obrera, allá por el mes de marzo de 1935, existía un problema en la fábrica y entonces fue que me fijé en la radio como medio de contrarrestar la labor que se hacía en su contra, ya que las otras emisoras me cerraban el camino tendiente a demostrar la verdad. Y así fue que me decidí a tener mi propia planta, que fue la C.M.H.I. en Santa Clara.³¹

La inauguración de la CMHI en Santa Clara, primer eslabón de la Cadena Azul, fue el 20 de mayo de 1939, acto en el que participamos, al estar presente *La Revista Llave del Aire*, la que presentaba desde el mes de octubre de 1938, por la COCO y CMCK de Luis Casas Romero, los episodios de Chan Li Po, del que fuimos su segundo intérprete.

De las palabras iniciales se desprende el hecho que justifica el desconocimiento y falta de experiencia que tenía Amado Trinidad cuando inaugura su emisora, única y exclusivamente con el afán de tener un vehículo de difusión por el cual pudiera exponer su verdad y contrarrestar lo que él estimaba ataques injustificados a sus intereses patronales.

En 1942, Amado Trinidad, al cederle a la firma Crusellas y Cía. el contrato del cantante Pedro Vargas, declaró:

Yo nunca he atacado a mis competidores, siempre he competido y me han considerado fuerte en este campo; pero buenos testigos hay de que he sabido respetar a los competidores y considerar sus derechos. Lo que ocurre es que del «otro lado» me atacaron primero y cuando yo respondo una agresión me gusta que sea una respuesta de

31 Frases vertidas por Amado Trinidad Velasco, en una entrevista que le hace el periodista Gary Demar en la Revista *Écos de la RHC Cadena Azul*, órgano oficial de la emisora, que aparece en el No. 21 de fecha enero de 1943.

verdad, no un simple tanteo [...]

Lo que pasó con «Pepe Cortés» y «La Calandria» todavía no se le debe haber olvidado al pueblo de Cuba. Y a mí... ¡mucho menos! La prueba es que respondí al ataque y he ahí los resultados de haberme enseñado esa táctica que en negocios yo no conocía: los he aventajado en su mismo sistema.³²

De las declaraciones que hace el presidente de la RHC Cadena Azul a través de su órgano oficial, se deduce que, además del primer antecedente aparentemente de tipo patronal, hay la pérdida de la exclusividad de *Pepe Cortés*³³ y *La Calandria*, los que después de iniciarse en su emisora pasan a engrosar la programación de la CMQ cuando ambos, espectáculo y artista, se dan a conocer en La Habana por su emisora.

Sin embargo queremos destacar que, si analizamos la entrevista que le hacen en el mes de enero de 1943, y que es la segunda de ese tipo, no nos explicamos que la causa que dice ser la que lo hace comprar una emisora sin conocer el medio, sea el problema existente en la fábrica de cigarros de la cual es uno de los dueños, y que se suscita por motivo de la huelga que se llevó a cabo en 1935. Según declara, la primera vez, varias emisoras le cerraron el camino para demostrar la verdad en cuanto al paro existente en su fábrica de cigarros: Trinidad y Hermanos. Entonces es de extrañar que no haya sido hasta el 20 de mayo de 1939, es decir, cuatro años después, la fecha en que ya tuviera en sus manos un vehículo de difusión para propagar la verdad acerca de un problema que ya no existía.

A medida que vayamos adentrándonos en la vida y la personalidad de Amado Trinidad iremos encontrando las verdaderas motivaciones que lo hicieron dedicarse a la radio sin

32 Lo anteriormente expuesto por Amado Trinidad salió publicado en la primera entrevista que le hacen en la revista *Écos de la RHC Cadena Azul* No. 16, que se publica en julio de 1942, con motivo de cederle a la firma Crusellas y Cia. el contrato del cantante Pedro Vargas.

33 *Pepe Cortés* es el primero en su género, como lo fue *La Calandria* —intérprete de tonadas campesinas— en el suyo, que nos llega y se populariza en La Habana, radiándose en el interior de la Isla.

escatimar esfuerzos, aunque utilizó como divisa la Ley del Tali3n: «ojo por ojo y diente por diente», hasta convertirse en un 3dolo dentro del sector art3stico, al que ayud3 y en funci3n del cual puso la revista *Ec3s de la RHC Cadena Azul*, de la que era editor-propietario, para defender espec3ficamente a los autores musicales, cantantes y m3sicos de nuestros ritmos. No obstante, se debe consignar que con anterioridad a Amado Trinidad esto ya lo hab3a hecho Luis Casas Romero, poniendo no s3lo un espacio en sus emisoras —COCO y CMCK— para defender el sector autoral, sino que fueron las primeras que iniciaron de forma permanente una contribuci3n destinada a la Instituci3n Nacional de Autores y Editores Musicales, de acuerdo con toda la m3sica que se tocaba en la programaci3n, tanto en la que trabajaban variedades como las confeccionadas con discos.

Finalizando la d3cada del treinta, en la inauguraci3n de los controles remotos que transmiti3 Casas desde el Cabaret «Eden Concert», situado en el coraz3n de La Habana de entonces, F3lix B. Cagnet, en su car3cter de comentarista de ese espacio y como presidente en ese momento de la Instituci3n Nacional de Autores y Editores Cubanos, le da las gracias al maestro Casas Romero, y a la vez invita al resto de las emisoras a que lo imiten.

Mas continuemos con Amado. Veamos ahora c3mo surge su empresa radial.

La fusi3n de la Cadena Azul con la RHC (Radio Habana Cuba), el 1º de abril de 1940, crea la empresa radial denominada RHC Cadena Azul, 3nica Cadena Nacional Telef3nica, situada en Paseo del Prado No. 53, altos, La Habana.

Es decir, por una parte la CMHI de Santa Clara, propiedad de Amado Trinidad, con otras emisoras repartidas por la Isla, y que se llam3 Cadena Azul, y por otra, la RHC, ideada y fundada por F3lix O'Shea y Luis Arag3n, con la Cadena Nacional Telef3nica.

Los hombres sobre los cuales recay3 la responsabilidad de la empresa radial fueron los siguientes:

Presidente: Amado Trinidad Velasco.

Vicepresidente: Ingeniero Crist3bal D3az Gonz3lez.

Director del Departamento de Programas y Publicidad: Luis Arag3n Dulzaides.

Director t3cnico: Manuel D3az Auatr3n.

Tan pronto quedó constituida la empresa y Amado Trinidad se instaló en La Habana, reiteró una vez más —igual que lo había hecho en Santa Clara—, los cinco puntos que habrían de caracterizar a la emisora:

1. Destacar la cubanidad.
2. Protección al artista criollo.
3. Situar al músico cubano en el alto sitio que merece.
4. Llevar al oyente la mejor música.
5. Llevar al oyente lo mejor en Arte.

Un año después crea un lema para identificar los programas:

Al servicio de la República.

Por la superación del Radio.

Por la distracción del oyente.

Es interesante observar cómo a partir de este instante, el deseo de venganza y el amor propio herido no se exteriorizan en los puntos que se hacen destacar a través de una campaña publicitaria que recorre toda la Isla y toma cuerpo como la inyección de cubanía y superación que hasta ese momento, según él, le faltaba a la radiodifusión.

Pero, ¿quiénes sabían la verdad, es decir, lo que en su fuero interno pensaba hacer y quería en realidad este nuevo Mesías de la radio, que respondía al criollo nombre de *Guajiro de Ranchuelo*?

Sigamos adentrándonos en su trayectoria hasta encontrar la respuesta.

A finales de 1941, como premio a la intensa labor que desarrolla en pro de nuestra música, la Asociación Cubana de Compositores y Editores de Música le nombra Socio de Honor, por acuerdo unánime de la directiva.

En este mismo año, Amado organiza «La embajada artística de la RHC-Cadena Azul», y sin escatimar personal (treinta artistas, sesenta profesores, tres locutores, tres orquestas, periodistas, fotógrafos, etcétera), y gastos, recorre toda la Isla.

Terminadas las funciones de teatro, dona el importe de las recaudaciones en cada provincia a asilos u órdenes religiosas.

El lunes 4 de agosto de 1941 debuta en Cuba el cantante argentino Alberto Gómez, en el Anfiteatro Nacional, y la RHC Cadena Azul trasmite el programa por control remoto. Se escoge el Anfiteatro y no los estudios de la radio, para que una mayor cantidad de público pueda verle personalmente. El cantor de Buenos Aires se convierte en la máxima atracción radial del momento. En 1942, Amado Trinidad es empresario del Teatro Campoamor. A su hijo Ramón lo nombra administrador del mismo. Conjuntamente con los artistas del patio presenta variedades extranjeras, que a su vez son escuchadas por su emisora. A las coristas les paga los sueldos más altos que han percibido hasta ese momento. Al igual que hace en sus programas en vivo, Amado Trinidad brinda oportunidad a todos los músicos de orquestas y conjuntos, artistas y cantantes cubanos intérpretes de nuestra música.

En enero de 1942 cumple dos años el espectáculo *La Bolsa del Saber*, considerado como el máximo «entretenimiento cultural» de la radio cubana. La presentación del espectáculo *La Tremenda Corte*, que sale al aire por primera vez el 7 de enero de 1942, se convierte en una de las mayores atracciones cuando, además de transmitirse, se presenta en teatro. Son sus intérpretes: Leopoldo Fernández, *Mimí* Cal, Aníbal de Mar y Adolfo Otero.

El 19 de mayo, la CBS (Columbia Broadcasting System), poderosa organización norteamericana, inaugura la Cadena de las Américas, de la cual la RHC Cadena Azul era filial en nuestra patria.

En julio del propio año se encadenan dos cadenas: comienzan a salir por RHC Cadena Azul los programas de la Cadena Crusellas que se transmitían por CMQ. Esto significa, por la popularidad de los programas, que a partir de esa fecha, la audiencia de la RHC Cadena azul se hace mayor, aunque la CMQ se beneficia por la línea telefónica.

Amado, cuya trayectoria como hombre de negocios aparentemente va en ascenso, regala juguetes. El Día de Reyes organiza una función infantil y reparte juguetes a los niños que asisten al Teatro Campoamor. Y de la misma forma engañosa que hacían los gobiernos de turno en mayor o menor escala, el día de nochebuena de ese año regaló cuatro mil jabs de la

alegría, cuyo contenido lo enviaban los anunciantes. Ya en el mes de diciembre, Amado Trinidad disfruta de gran popularidad dentro de la masa trabajadora y si no, veamos lo publicado en la revista *Asies*:

«La RHC Cadena Azul en el III Congreso Nacional de Trabajadores». Esta organización radial, la más poderosa de Cuba, transmitió los principales actos del III Congreso Obrero. En la apertura del mismo, celebrada el día 9 en el Teatro Nacional, se presentaron músicos y artistas de la Cadena Azul, bajo la dirección personal del propio Amado Trinidad.³⁴

En el acto de clausura del Congreso se aprobó el siguiente acuerdo:

El III Congreso Nacional de Trabajadores, hace constar su reconocimiento al Sr. Amado Trinidad Velasco, presidente de la R.H.C. Cadena Azul, por la cooperación que ha prestado y presta a los trabajadores y lo felicita calurosamente por la firme defensa que hace a la CTC y de los indiscutibles prestigios de nuestro leader Lázaro Peña.

Salón de Sesiones en «La Tropical», diciembre doce de mil novecientos cuarenta y dos.

(Fdos.) José María Arriete y Bambiteli, Carlos Fernández R., Leovigildo Vicente, Ángel Cofiño, Rigoberto Aguirre, Segundo Quincosa, Faustino Calcines, Higinio Ordoqui, Ibrahím Urbino, Eleuterio C. Estacio, Acracia González Lastres, Joaquín Baceiro, Paco Alfonso, Eddy López, José Mayázquez, José Ma. Pérez. (Aprobada por unanimidad por 916 organizaciones obreras.)

En el homenaje que le dan a Amado con motivo de su onomástico, en septiembre de 1942, Ibrahím Urbino, al hablar en nombre de los empleados de la RHC Cadena Azul, dijo:

34 Publicado en la revista *Asies*, No. 23 del domingo 20 de diciembre de 1942.

...Se dice que es un homenaje para Amado Trinidad Velasco, porque ha llegado a la cumbre del triunfo. Nosotros estimamos que la expresión no es del todo correcta.

Para un temperamento y una voluntad emprendedora y combativa como la de Amado Trinidad, no puede ser, en manera alguna, su actual situación en la radio la máxima expresión de su éxito. Honradamente, él no puede sentir que ya ha hecho todo cuanto podía hacer, que todo lo tiene terminado, que su obra ha tocado a su fin. Vencer a un fuerte contrincante, desde todos los puntos que se analice, ya sea social, política, económico o amoroso, destrozarlo hasta borrarlo de la guía de los competidores, es cosa que hincha de satisfacción a cualquier voluntad. Nosotros estimamos que esa sensación debe experimentar Amado Trinidad. Pero tampoco eso es suficiente. Este homenaje es, además de eso, de recuento y de afirmación [...]

No hay que ser muy entendido en la materia para darnos cuenta que ya es del dominio público que su principal competidor, la CMQ de Cambó y Gabriel, ha sido relegado a un segundo plano.

Es decir, que el objetivo principal de Amado está prácticamente logrado. Sin embargo, a no ser por las frases de Ibrahím Urbino, donde hace mención de la destrucción del enemigo, por esa época Amado no habla de ello, sino de sus proyecciones futuras dentro del sector, como colofón a su destacada labor acerca del artista, músico y compositor cubanos.

En diciembre del propio año 1942 se pone a la venta un número extraordinario de *Ecos de la RHC Cadena Azul*, a manera de *souvenir*, donde dan a conocer sus programas, y el personal artístico y técnico que ha hecho posible su rápido ascenso a un lugar cimero de la radiodifusión en nuestro país. Uno de los párrafos del editorial dice:

35 Párrafos que copiamos de la revista *Asies*, No. 10, del domingo 20 de septiembre de 1942.

1942 ha sido el año definitivo de la RHC-Cadena Azul. Lo que su nombre y «su hombre», significan dentro de la industria y el arte en nuestro país, no necesitan comentarios. ¡Lo que puede hacer en pro del progreso de un país, el empeño tesonero de una voluntad, hablando en lenguaje de ideas, de brazos y de dólares [...]

Amado Trinidad es un hombre que no respeta el límite: el hombre para el negocio [...]

Aunque el éxito lo achacan sus voceros a un solo hombre, sabemos que en su equipo de trabajo están los verdaderos cerebros: Cristóbal Díaz, Luis Aragón, Antonio Joffre y Manuel Díaz Aufrán, jefe del Departamento Técnico. (Este último, uno de los hombres más capaces y de mayor inventiva dentro de nuestro medio. Muchos y buenos fueron sus aportes dentro del campo de la electrónica, desde la década del veinte hasta su desaparición.)

Amado Trinidad aparentó no interesarle la política, y no porque fuera apolítico, si no, leamos su respuesta en la entrevista que ya anteriormente mencionamos: ³⁶

¿Hablamos algo de política?

—¿Por qué no?... No aspiro a nada. Se ha hablado mucho de mis aspiraciones, pero les repito que no aspiro a nada, porque los partidos actuales no tienen marco para mis proyecciones sociales. Hombre esencialmente del pueblo, venido de las masas, no encuentro en los partidos actuales mejoras que satisfagan mi enorme deseo de justicia social y de reparación a las grandes injusticias que se cometen con las clases populares.

Yo, como hombre de negocios he conocido esos problemas. Y esto que les digo es en sí un programa de gobierno.

La ingenuidad, incapacidad o prepotencia del *Guajiro de Ranchuelo* no tiene límites, cuando dice que «los partidos actuales no tienen marco para sus proyecciones sociales».

36 Revista *Ecos de la RHC Cadena Azul*, enero 1943.

¿Acaso le habían hecho concebirse como el Mesías de un nuevo partido? De sus declaraciones no se deduce otra cosa.

En pleno apogeo, y presentándose además como un hombre «apolítico» que se dedica exclusivamente al mejoramiento de la radiodifusión al par que desea el bienestar o la justicia social, Amado Trinidad afianza su «imagen» en un medio donde sus seguidores, que eran muchos, no hubieran entendido la desmixtificación de su persona, de haber sido posible la misma, ya que sus hechos en pro del sector artístico eran positivos.

Si no, pensemos el efecto que deben haber causado en el ambiente teatral las declaraciones que hace en la misma entrevista, de acuerdo con la siguiente pregunta ¿Qué planes tiene para el futuro?

—Hacer de la Radio Nacional un vehículo de cultura y de civilización y en cuanto al teatro, dar una formidable batalla para que los artistas cubanos tengan su teatro. Y nadie mejor llamado a llenar ese cometido que el Ayuntamiento y el Gobierno, quienes deben expropiar uno de los actuales teatros y dedicarlo exclusivamente a los artistas cubanos de todos los géneros, para que pudieran desarrollar ampliamente sus facultades y no estar sujetos a la tiranía de los empresarios de películas, que son los causantes de la pésima condición porque atraviesan dichos artistas.

Es posible que Amado Trinidad no supiera que a *Paco Alfonso* la masa artística, sin preparación política, por falta de conciencia y de madurez, lo había destituido del cargo de presidente de la ACAT en años anteriores, a pesar de desear y tratar de lograr por los medios que tenía a su alcance, lo que Trinidad, haciendo suya la sugerencia, pedía que se hiciera para resolver en lo que fuera posible la crisis por la que estaba pasando el artista de teatro, debido a la actitud de rechazo por parte de los empresarios de películas.

También creemos que de saberlo, ¿por qué no adueñarse de las pretensiones de un militante del Partido Comunista? ¿Acaso no había expuesto en la entrevista que él era un hombre esencialmente del pueblo, venido de las masas y que no encontraba en los partidos actuales mejoras que satisficieran su

enorme deseo de justicia social y de reparación a las grandes injusticias que se cometían con las clases populares?

Hay una realidad: alguien lo comparó un día con el rey Midas y él se lo creyó. Cuanto tocaba debía convertirse en oro, y de ahí lo que la RHC Cadena Azul y su «hombre» significaban dentro de la industria y el arte en nuestro país.

Hay una verdad irrefutable, aunque al comprar la primera emisora esa no era su idea: Amado elevó el nivel de vida de los artistas y músicos cubanos. Eso es cierto. ¿Pero elevó Amado el nivel de vida de ese sector por amor a los humildes, por ansias de justicia? No. El motor que impulsó a Amado a realizar todo eso fue puramente la soberbia, la venganza, el ansia de hundir al enemigo y quedarse como único jerarca de la radio en Cuba. Y eso significaba reforzar su cuenta bancaria.

Los primeros rivales contra quienes se lanzó como un miura fueron Ángel Cambó y Miguel Gabriel, que para él representaban la CMQ de 1935. Después fue Goar Mestre. A los primeros, al menos en la época que comentamos, los venció; al segundo, ni pudo ni podía vencerlo, porque Goar Mestre era el monopolio organizado, tecnificado, importado del país de los *trust*, del seno de los monopolios, del vientre del imperialismo. Y ante la ardiente, loca y heroica batalla que daba Amado, a nombre de la RHC Cadena Azul, Mestre opuso la ecuanimidad, las cifras, el «omnímodo» poder de la Banca Americana, y la ayuda indudable que hubo de prestarle el imperialismo y sus métodos, de quien no era más que un producto, un agente.

Pero volviendo al tema del artista y el músico. ¿Qué obliga a Amado a elevar el nivel de vida de este sector? La competencia. Su plan fue sencillo: llevarse lo mejor que tuviera la CMQ, además de contar con hombres como Luis Aragón, que fue su principal puntal en cuanto a la confección y sugerencias de programas.

Amado estaba convencido que no hacía falta trabajar arduamente para idear buenos espectáculos, para «fabricar» grandes figuras, entre otras: *La Reina del Pregón*, *La Emperatriz de la Rumba*, *La Reina del Bolero*, *El Tabaquero que Canta*. Eran nombres y títulos que concedía y que mandaba a publicar en revistas y periódicos, donde fotografiado con las manos en alto, daba la sensación de que surgían a través de las mismas las figuras y los nombres agraciados. A veces aparecían señaladas

por una varita mágica idéntica a la de las hadas y encabezados con títulos tan sugestivos como: «La labor creadora de Amado Trinidad.» «Estas manos también hicieron estas estrellas.» Aunque, lo más fácil y productivo era tomar las ya hechas por otros, al igual que los programas de alta audiencia. ¿Cómo se lograba esto? Esperando que se cumplieran los contratos de esos artistas, músicos, autores..., en CMQ, y ofrecerles el doble o el triple.

Y así lo hizo, tal cual lo había dado a entender en una de sus entrevistas. Cada golpe que asestaba a su enemigo lo hacía sentirse eufórico e invencible, en cualquier campo que este fuera. Éxito que era comentado en periódicos y revistas, especialmente en la de él, cuyo responsable, su secretario particular, le hacía creer ser un genio en los negocios. Como ejemplo leamos el inicio de un artículo publicado en el mes de mayo de 1942:

Jamás en un negocio que este conocido hombre de negocios, Amado Trinidad, haya puesto su empeño y su voluntad, hubo fracaso.

El Presidente de R.H.C.-Cadena Azul, indudablemente tiene una buena estrella y un gran tacto. Otra cosa que nadie osará discutir, es que Amado Trinidad cuenta con el apoyo del pueblo, de ese pueblo suyo que tanto ha ayudado y que se muestra complacido cuando en algo puede serle útil.

El arraigo popular de Amado Trinidad, ha sido indudablemente, una de sus mayores virtudes.

Saber llegar a las masas, asimilar su psicología es tarea ardua en verdad, que nadie, o muy pocos, han podido realizar [...]

Sobran los comentarios:

El 3 de enero de 1943, Amado Trinidad inicia la Cadena de Espectáculos Teatrales, integrada por trece teatros. A partir del 29 de enero, la Cadena Nacional de Espectáculos presenta una sensacional temporada de circo, teatro, cine y *voudeville*, con una orquesta de treinta profesores dirigida por el pianista *Rafaelito* Betancourt. El director coreográfico es Julio Richard. En las atracciones por la RHC Cadena Azul se anuncia a Blanca Negri, Pedro Vargas y Hugo del Carril.

En el mes de febrero la nómina en contratos asciende a la cantidad de setenta mil pesos.

El 2 de abril le firma un contrato a *Miguelito* Valdés por cien pesos diarios. ¡Jamás en Cuba se había pagado ese sueldo a un artista cubano por cantar frente a un micrófono!

La política de altos salarios a artistas extranjeros y del patio crea el precedente, que más tarde hace que la emisora competidora tenga que realizar grandes inversiones para las variedades que se traían a nuestro país, de lo contrario era la RHC Cadena Azul la única emisora que, fuera de Cuba, le interesaba a los artistas, ya que sus contratos para esta plaza eran más que beneficiosos.

En este propio año, en el survey nacional, la RHC Cadena Azul cuenta con el sesenta y cinco por ciento de la audiencia, y la CMQ le sigue con el quince. Es decir, a tres años de fundada ha logrado acaparar toda la atención del radioyente.

Asimismo, en 1943 lo hacen presidente de la Prensa Aérea de Cuba (Asociación Nacional de Periodistas de Radio.)³⁷

Amado Trinidad se ha convertido en el hombre más popular del ambiente radial. No hay un solo artista en Cuba que no sepa quién es el *Guajiro de Ranchuelo*. Su labor como empresario teatral lo convierte en el principal iniciador de la campaña en pro del Decreto 604, de enero de 1941. Demuestra que el artista cubano podía ser ayudado, y que en los teatros era posible presentarlo, sin detrimento de los buenos dividendos que las compañías de películas extranjeras separan para sus accionistas de las grandes metrópolis.

En junio de 1943, en la revista *Ecos de la RHC Cadena Azul*, Amado Trinidad es entrevistado por Lourdes Bertrand. Al hacerle la misma pregunta de hacía cinco meses, Amado le responde de forma similar, aunque dando nuevos datos:

Ingresé en la Radio Nacional, con el solo objeto de defender la fábrica de cigarros Trinidad y Hnos. de la cual era gerente. Debido a ciertos problemas obreros suscita-

37 La primera Asociación Cubana de Periodistas del Aire fue constituida el 24 de octubre de 1934, más tarde llamada Prensa Aérea de Cuba.

dos en esa firma, la Industria estaba siendo atacada por ciertos elementos, utilizando la radio para estos ataques. Los ataques más virulentos que nos fueron hechos fueron desde la CMQ.

Al preguntársele en qué año se fundó la Cadena Azul, contestó:

La Cadena Azul de Radio se fundó el 20 de mayo de 1939, con capital propio; es decir, con dinero mío y no como se ha hecho correr la especie de que fue fundada con dinero de la Fábrica de Cigarros, pues Trinidad y Hnos. no aportó un solo centavo a la empresa que fundé en esa memorable fecha con el objeto de defender sus intereses.

Es curioso observar cómo ahora no habla de la huelga de 1935, pero nuevamente recalca el objetivo que lo hace comprar una emisora: el de defender los intereses de la fábrica de cigarros. Obsérvese cómo ahora los intereses pueden ser o no patronales, cosa ésta que explicaremos más adelante.

En cuanto a la aclaración que hace del dinero invertido, queremos explicar que, efectivamente, fue el que le correspondió en la liquidación que le hicieron de su parte en el negocio y que ascendió a la respetable cantidad de dos millones de pesos.

Aunque en la entrevista niega en principio tener aspiraciones políticas, más adelante termina diciendo que deja esto para un futuro.

Desglosemos estos tres puntos:

- 1º Objetivo inicial: Defensa de los intereses, patronales o no de la Fábrica de Cigarros de la cual era Gerente.
- 2º Destrucción de quien lo atacó, enfrentándosele con sus mismas armas: Una radioemisora.
- 3º La no aspiración política por el momento.

En cuanto al primero, ya no pertenecía a la fábrica. Liquidadas sus acciones cesaba su participación. En cuanto al segundo, a finales de 1943 la ventaja en audiencia que le llevaba al competidor —CMQ— era más que suficiente para sentirse triunfador. Además, ya Cambó y Gabriel piensan en la venta

del negocio. En cuanto al tercer y último punto, coquetea con el gobernante de turno. Es posible que el lector se pregunte por qué insistimos en divulgar la causa que lleva a Amado a comprar una radioemisora, y que en distintas entrevistas declare algo similar. Pues, sencillamente, porque existe otra versión de la cual no dudamos, que nos da Germán Pinelli:

Corría el año de 1939. Regalías el Cuño, la firma cigarrera que dominaba el mercado de Vuelta Abajo, es decir; desde Pinar del Río hasta cerca de Las Villas, inició un concurso para los campesinos.

Por cierto número de cajetillas de cigarros vacías, de cualquier tipo, se obtenía un bono, que daba derecho a un concurso mensual, en el cual el premio era: Una caballería de terreno, con casa, aperos de labranza, animales de patio y una yunta de bueyes, amén de cierta cantidad de semillas para iniciar la siembra.

Esto, naturalmente, dentro de la Ley... una Ley creada a base de dádivas a los políticos de turno, porque otra Ley prohibía emplear en propaganda demasiado dinero, para evitar que los productores pequeños de cigarros se vieran sin mercado.

Amado Trinidad y sus hermanos, propietarios de la firma Trinidad y Hermanos, protestaron contra esa propaganda de Regalías El Cuño, ya que Partagás solamente hacía propaganda en la prensa plana. Veían el peligro de perder el mercado de las provincias orientales, hasta ese momento dominadas por su producto. No queriendo invertir en propaganda intensiva, procuraban bombardear a la firma competidora.

Un jueves por la noche, a las 7 y 10, llegó Amado Trinidad a la redacción del Noticiero C.M.Q. con un escrito de tres páginas de tipo legal a un solo espacio, protestando de la conducta de Regalías, que en aquel momento era el anunciante más fuerte de C.M.Q. Radio.

Yo leí las cuartillas, las que Amado quería se dijeran textualmente, y le expuse que no podía hacerse por dos motivos:

Primero: que era muy extenso y solamente podía hacerse un extracto insignificante, dada la hora.

Segundo: que en vista que contenía alusiones insultantes para un anunciante de C.M.Q., Ángel Cambó, director del Noticiero de la Planta, era el único autorizado a darle publicidad. Si ellos llegaban a un acuerdo y Cambó lo ordenaba, entonces no habría ningún inconveniente.

Pero Amado insistía que «aquello era tribuna libre abierta a toda opinión», por tanto, había que hacer bueno aquel lema.

Pero yo me negué a ello, dando lugar a una discusión agria, que terminó con las palabras de Amado: «Si no me protegen, yo sabré buscar la forma de tener mi propio organismo que lo haga.»

Al día siguiente, Amado estaba solicitando en la Dirección de Radio, entonces dirigida por el comandante Juan Govea Peña, la licencia para la utilización de la Emisora CMHI, primer eslabón de lo que sería más tarde Cadena Azul.

Después de este testimonio, se justifica la actitud agresiva de Amado Trinidad, al sentirse lesionado en sus intereses. Sin embargo, no nos explicamos cómo en ningún momento habló de estos hechos, que en un carácter como el suyo era de esperar.

En el mes de julio de 1943 Amado se retira del teatro, no sin antes exhortar al sector artístico para que obligue al cumplimiento del Decreto 604.

Uno de los pilares básicos del arraigo popular que llegó a tener la RHC Cadena Azul fue, sin duda, el noticiero, en el que aparecía Amado como director, con su famoso clarín de llamada en la voz del locutor Ibrahím Urbino, uno de los mejores locutores de noticiarios que ha tenido la radio en Cuba.

El noticiero, parcializado con la política que seguía el cacique del liberalismo, Alfredo Hornedo, estaba montado en estrecha colaboración con el periódico *El País*, del que era vicepresidente el ingeniero Cristóbal Díaz. Tenía a su disposición todo el engranaje reporteril de ese diario, muy en especial de lo que constituía el sensacionalismo policíaco de la llamada crónica roja. Accidentes, desastres, suicidios espectaculares, asesinatos, etcétera, que se explotaban en forma morbosa y dramática. La rapidez en la información y la llegada simultánea a toda la radioaudiencia, gracias a las facilidades de la Cadena

Nacional Telefónica, que permitía una clara retrasmisión por todas las plantas repetidoras le ganaron gran popularidad.

Contaba con reporteros en todos los ministerios y dependencias estatales y, además, un cuerpo de corresponsales en todas las poblaciones del país.

Los locutores escogidos para los noticiarios determinaron también en buena medida, la popularidad del Noticiero RHC —*El País*— Cadena Azul.

En los últimos tiempos el noticiero fue decayendo, debido a las desviaciones politiqueras de la emisora. Los periodistas del mismo siempre se mantuvieron aparte del resto de los trabajadores, y más de una vez trataron de «copar» la dirección del sindicato de la RHC Cadena Azul. Debido a que en su mayoría contaban con puestos en los ministerios y dependencias estatales, cuando se produjo el cierre de Cadena Azul jugaron con dos barajas. Ofrecieron a los trabajadores los salones del Colegio de Periodistas y aparentaron hacer gestiones cerca de los personeros del marzato para lograr un arreglo, cuando en realidad, por trasmano, facilitaron la labor de hundir a la RHC Cadena Azul en el olvido, en la forma más silenciosa y oscura, como en definitiva sucedió.

Pero no nos adelantemos a los acontecimientos, y volvamos a la trayectoria de la radioemisora que en menos tiempo se situó a la cabeza de la radiodifusión en Cuba.

En abril de 1944, al cumplirse el cuarto aniversario de la fundación de la RHC Cadena Azul, Amado Trinidad inaugura el nuevo edificio, que no es otro sino el mismo, que ha sido restaurado y ampliado. Técnicamente sí da un salto de calidad, que contribuye a un mayor alcance de la Cadena Nacional; y en cuanto al local de transmisiones, inaugura dos estudios-teatro. La hace llamar El Palacio de la Radio, y cobra la entrada a los estudios de público. La mitad de lo que recauda lo da a la ACAT y la otra mitad la dona a un asilo.

Entre los invitados de ese día aparecen Goar Mestre, como director del circuito CMQ (Miguel Gabriel es aún director técnico y Ángel Cambó director del Noticiero), e Ibrahím Urbino, como director de Mil Diez.

En aquel momento el elenco artístico de la RHC Cadena Azul era el siguiente:

ARTISTAS LÍRICOS

SOPRANOS

Maruja González
Hortensia Coalla
Iris Burguet
Esperanza Chediak
Zoraida Beato
Sarita Escarpenter
Mercedes Pérez
Sarita Bravo

TENORES

Panchito Naya
Miguel de Grandy
Miguel Ángel Ortiz
Manolo Álvarez Mera

BARÍTONOS

Antonio Utrera
Rafael Prada
Luis Fernández Guevara

CANCIONERAS

Rita María Rivero
Elizabeth del Río
Rosita Bujones
Herminia García
Esther de Mesa

CANCIONEROS

Héctor del Rey
René Cabell
Tony Herrera

Carlos Alas del Casino
Rodolfo Hoyos

GUARACHA, RUMBA, PREGÓN Y BOLERO

Rita Montaner
Olguita Negueruela
Margot Alvariño
Amelia Vargas
Toty Lavernia
Miguelito Valdés

CANCIONEROS TÍPICOS

Radeúnda Lima
Vicentico Valdés
Orlando Planas
Chanito Isidrón
Eloy Romero
Alejandro Aguilar
Joseíto Fernández
Barbarito Diez
Antonio Castro

CUADROS DE COMEDIAS

ACTORES DE CARÁCTER

Luis M. Martínez Casado
Antonio Valladares
Pablo Medina

ACTORES CÓMICOS

Aníbal de Mar
José Aparicio
Jesús Alvariño
Rolando Ochoa
Julio Gallo

Leopoldo Fernández
Luis Echegoyen
Oscar Luis López

ACTRICES

Mercedes Díaz
María Valero
Marta Martínez Casado
Celia Adams
Fedora Capdevila
Aracely Torres
Pilar Mata
Florita Fernández
Nenita Viera
Normita Suárez
Zoila Pérez
Carmen Melero
Mimí Cal
Fanny Kaufmann
Acracia González
Perlita del Río

GALANES

Ernesto Galindo
Otto Sirgo
Rosendo Rosell
Mario Barral
Francisco Pazos
Santiago García Ortega
Paul Díaz

LOCUTORES

Luis Aragón
Pablo Medina
Jorge Luis Nieto
Luis Acosta
Rosendo Rosell

Gabriel Tremble
Juan V. Salgado
Antonio González (*El Caribe*)
Luis Vilardell
Ruíz del Vizo (*Siboney*)
Arturo Artalejo
Juan J. Castellanos
Manolito Reyes
José Santamarina
Carlos D'Mant
Raúl Dubreuil
Pedro Pérez Díaz
Agustín Campos

ESCRITORES

José Ángel Buesa
Arturo Liendo
Armando Couto
Álvaro Suárez
Reynaldo López del Rincón
Abel Barrios
Antonio Castells
Aracely Torres
Herminio Portell Vilá
José Obelleiro Carvajal
Julio Martell
Caridad Bravo Adams
Alejo Carpentier
Luis Aragón
Castor Vispo
Espinet Borges
Francisco Vergara
Manolo de la Reguera
Francisco Pazos
Samuel Caldevilla

COMPOSITORES

Ernesto Lecuona
Leonardo Timor
José Obelleiro Carvajal
Adolfo Guzmán
Gilberto Valdés
Pablo Ruiz Castellanos
Facundo Rivero
Blanco Suazo
Blanco Leonard
Chano Pozo

ORQUESTAS

Orquesta Sinfónica RHC Cadena Azul
Orquesta Havana Casino
Orquesta Hermanos Castro
Orquesta Cosmopolita
Orquesta Cheo Belén Puig
Orquesta Antonio María Romeu
Orquesta Belisario López
Orquesta Joseíto Fernández
Conjunto Camacho
Coro de Voces RHC Cadena Azul

ARTISTAS EXTRANJEROS QUE HAN PASADO POR LA RHC

Alberto Gómez
Olga Coelho
Pedro Vargas
Jorge Negrete
Susana Guizar
Nelly Peyrano
Blanca Negri
Carlos Amador
Anita Muriel
Curro Moreno
Rosalinda

Ana María González
Fernando Fernández
Evita Muñoz (Chachita)
Oscar del Campo
Pepe Meza
Angelillo
María Luisa Landín
Martha Zéller
Lupe la Criolla
La Andalucita
Eduardo Lanz
Alfonso Torres
Moi Salazar
Los Kíkaros

Los que conocen el talento de los artistas que hemos detallado, les es fácil entender el por qué era la emisora más oída; y para los que no lo conocen, basta decir que los que quedan en la actualidad son, en muchos casos, únicos dentro de su especialidad, sin contar con los que se desarrollaron en otras con la misma calidad que en la anterior.

Es decir, que cuando en la investigación de audiencia realizada en el mes de septiembre del propio año, que aparece en el No. 42 de la revista *Ecos de la RHC Cadena Azul*, de los veintiún primeros programas de más audiencia los primeros veinte son de la RHC —de los cuales doce salen a su vez por CMQ, ya que pertenecen a la Cadena Crusellas—, y la audiencia total es de cincuenta coma cuatro por ciento —la CMQ es la que más se aproxima con un veintiséis coma siete por ciento—, el pueblo de Cuba lo encontró justificado, ya que no era más que el resultado de la popularidad de los programas e intérpretes que salían a través de las ondas de la RHC Cadena Azul.

Sin embargo, debemos aclarar que aunque la audiencia aparece disminuida en comparación a la del survey efectuado en 1943, no podemos desconocer que ya está en el aire desde el mes de abril del propio año, con una magnífica programación. Mil Diez; y que en la CMQ, desde el 1º de octubre de 1943 ha pasado a formar parte de los principales accionistas Goar Mestre, quien desde antes de tomar posesión del nuevo cargo

comienza a introducir cambios, que detienen el descenso en que se encontraba esta emisora.

La táctica que utiliza Goar Mestre para debilitar a la RHC Cadena Azul, hasta recuperar la audiencia perdida, ya la explicamos en otra parte del libro.

En cuanto a Mil Diez, tanto uno como otro en principio la subestimaron. Por su carácter político, le dan pocos meses de vida, pero la Emisora del Pueblo, como se hacía llamar Mil Diez, se convierte en un verdadero dolor de cabeza para los hermanos Mestre y demás emisoras, por su alto contenido político y la extraordinaria calidad de su elenco artístico, el que ha ido reforzando sus filas a medida que muchos abandonan la RHC Cadena Azul.

Es justo hacer constar que Amado Trinidad nunca se manifestó en desacuerdo con el ascenso de la emisora Mil Diez, y menos con el espíritu de cubanía que la caracterizaba, al igual que su marcado interés por divulgar la cultura. Es posible que la admiración que sentía por Ibrahím Urbino haya contribuido en algo, pero de todos los que vivieron esa etapa es conocido que, cuando un artista quiso irse para Mil Diez, y más tarde por una causa u otra regresó a RHC Cadena Azul, o bien trabajaba en ambas emisoras, Amado Trinidad lo permitió sin poner objeción, todo lo opuesto a si se iban a CMQ. Amado jamás permitió que le quitaran, a partir de su fusión con RHC, a un artista porque le ofrecieran un sueldo mayor, sin embargo, no hacía resistencia si éste se iba a otra emisora ganando mucho menos, y éste era el caso de los que se fueron para Mil Diez.

Pero, ¿qué circunstancias hacen que un hombre como Amado Trinidad, que tenía un floreciente negocio en sus manos y una extraordinaria popularidad entre el sector artístico, la fuera perdiendo a medida que el negocio inicia un imprevisto descenso? ¿Acaso los cinco puntos que desde su inauguración habían caracterizado a la emisora se estaban incumpliendo?

Creemos que no. Ya dijimos que tras él estaban los hombres que se encargaban que éstos se cumplieran y los hechos demostraban que se habían cumplido.

Sin embargo, en la vida de este hombre soberbio, ególatra y endiosado por un grupo de sus allegados, que creyó tener en sus manos la lámpara de Aladino, a medida que se tejían docenas de intrigas, especialmente por aquellos a quienes ayudó hacién-

doles sus hombres de confianza, apareció un día una mujer: Florángel Cañizo, quien hasta ese instante fuera una simple manicura.

Y es a partir de ese momento, cuando aquella que en principio se mantuvo entre bambalinas apareció en la escena de la RHC Cadena Azul, que los hombres leales que hasta ese instante habían estado junto a él se fueron retirando, al estar en desacuerdo con el despilfarro y falta de control económico dentro de un negocio cuyo principal elemento, para que se sostenga y rinda un objetivo, aun dentro del campo capitalista, es la organización.

Para que podamos darnos cuenta de la anarquía existente, y de cómo un hombre considerado listo, inteligente y desconfiado por muchos, cayó envuelto en las redes de la más vil traición, relatemos, aunque sea en breves pinceladas, cómo se desmoronó cual si fuera un castillo de naipes, lo que él llamó «El Palacio de la Radio...»; más tarde desapareció su constructor...

Para empezar, digamos que en 1945 alquila para vivir la casa del Marqués de Pinar del Río, situada en la calle A No. 403 entre 17 y 15, en El Vedado. En ella se casa con Florángel Cañizo.

Más tarde conoce a Carlos Prío Socarrás, por mediación de una amiga de la que ya es su esposa, y se muda para la residencia que éste le cede en la calle 31 y 26, Miramar, y que rentaba ochocientos pesos mensuales.

No conforme con esta vivienda, se muda para la calle 5ª y 28, Miramar, y manda que sea totalmente remozada. Ya convertida en palacete, Amado vive en unión de Florángel y la hija, en total tres personas, y tiene una servidumbre de diecisiete criados y un mayordomo. A su vez, paga seiscientos pesos por el alquilar de la casa situada en la calle 22 No. 265 entre 5ta y 7ma, Miramar, donde vive su hijo Ramón en unión de su esposa, la actriz Zoila Pérez. Agreguemos la cantidad de ciento veinte y cinco mensuales, que es la asignación que le ha puesto al chofer que maneja el automóvil marca Cadillac que le regaló a su hijo. Por esa época da la orden de ponerlo en la nómina, con el puesto de presidente de la revista *Ecos de la RHC Cadena Azul*, devengando un sueldo de mil pesos mensuales.

Ya en esta fecha aparece su nombre y el de sus hijos en el *Libro de oro* que publica el cronista de la *high life* Pedro Álvarez

de Caña, mediante la entrega de varios miles de pesos, ya que ese «privilegio» sólo lo tenían los que pertenecían a la alta burguesía de nuestro país.

Todo esto, que ocurre entre 1945 y 1949, y que pudiéramos llamar «ligera panorámica socio-económica de su vida privada», ha ido ligándose a una serie de acontecimientos dentro de su negocio. Así que continuemos la trayectoria de la que fue la emisora más popular y más oída en esa etapa de nuestra radiodifusión, conjuntamente con su presidente.

Dentro del espacio de tiempo antes mencionado se produce un acontecimiento que fue muy comentado dentro del mundo radial: la inesperada unión de Amado Trinidad y Miguel Gabriel para enfrentarse al enemigo común: Goar Mestre.

Pero antes, Amado adquiere con dinero prestado las acciones que poseía su ex-socio, el ingeniero Cristóbal Díaz, y en agosto de 1945 hace sociedad con Miguel Gabriel.

Aunque el mar de fondo no trasciende, sino todo lo contrario, no podemos perder de vista un hecho muy significativo: el escritor y compositor Obelleiro Carbajal (uno de los hombres de confianza de la firma Sabatés S.A.), es nombrado director general de la RHC Cadena Azul. Y aunque existe la opinión de que fue Amado Trinidad, ante la difícil situación que atravesaba a mediados de la década del cuarenta, el que hizo el arreglo para unirse a Miguel Gabriel, esto no es cierto. Fue Miguel Gabriel el que le propuso a Amado Trinidad unir sus fuerzas para competir contra la CMQ de Goar Mestre, aunque Ángel Cambó no había sido aún retirado del negocio.

Amado Trinidad aceptó por la ayuda que le promete Miguel Gabriel, pero éste será, a partir de ese instante, el que introduzca los cambios que han de realizarse en la RHC Cadena Azul, a la vez que inicia los contactos con una firma norteamericana para cambiar todos los equipos de la emisora.

Nosotros, que conocimos a Miguel Gabriel, sabemos que él se decide a dar ese paso cuando Goar Mestre, con el control de la programación y del talento artístico de la CMQ, le impide actuar con independencia dentro del campo artístico. Es decir: sin mando, reprimido y aislado, dejando de ser el punto clave dentro de la organización que durante años había dirigido con autonomía absoluta, decide irse y unirse al antiguo competidor,

en el instante en que Amado Trinidad ya no puede controlar ni sostener el negocio, que se le va de las manos.

La inesperada muerte de Miguel Gabriel el 10 de diciembre de 1945, dejó en suspenso cuanto se especuló por los observadores del medio radial, y lo que sí podemos afirmar es que no fue, como se comentó, una hábil jugada de Amado Trinidad para tratar de salvar su negocio.

Las grandes inversiones y el manifiesto desconocimiento del manejo del dinero, provocaron que algunos de los altos empleados de Amado Trinidad, hombres de su confianza y con muy poca honradez, comenzaran a robar a su antojo.

Empezaron por duplicar los cheques de artistas que ganaban altos sueldos. Amado Trinidad firmaba todo cuanto sus hombres le ponían delante, sin controlar nada absolutamente. Eran —según él— sus hombres de confianza. Luego ampliaron el «negocio» y hacían aparecer actuaciones extras de estrellas que ganaban veinte y veinte y cinco pesos por actuación. Desde luego que los artistas nada sabían de este negocio. Más tarde se amplió a la compra de materiales de todo tipo, y cuanto compraba RHC Cadena Azul costaba un setenta por ciento más, y, a veces, hasta más del ciento cinco por ciento de lo que el artículo tenía fijado en plaza y al detalle. Así fue que dos de estos «hombres de confianza» contruyeron, cada uno, una residencia bien equipada y un edificio de seis apartamentos en las Alturas del Bosque, en La Ceiba, Marianao.

A pesar de esta sangría, la RHC Cadena Azul continuaba con una gran radioaudiencia. Contaba con artistas populares, magníficas orquestas y con lo que quedaba de la fortuna de Amado Trinidad para propaganda. Como era lógico que sucediera, el dinero comenzó a escasear. Amado inicia el sondeo para obtener préstamos, pero los trámites eran lentos y debían ajustarse a ciertas medidas administrativas que él no admitía, y le pareció más rápido obtener dinero de prestamistas vulgares.

Primero fue Amletto Battisti, de nacionalidad uruguaya. Dueño del Hotel Sevilla y de la emisora CMBQ, de 5000 watts, cuyos estudios se encontraban en el propio edificio del Hotel.

Dueño también de un Banco Central de Juego y Apuntaciones que operaba en toda la Isla. Este banco aceptaba cantidades ilimitadas, haciéndole la competencia al propio gobierno en

cuanto al negocio de la Renta de Lotería. Si una persona quería un número determinado de billete de la Lotería, y no lo encontraba en ninguna Colecturía, Battisti le aceptaba el importe del billete entero, que costaba veinte y cinco y si éste salía, le pagaba los cien mil pesos igual que hacía la Renta de Lotería, de salir en el primer premio. Battisti daba dinero en hipotecas sobre cualquier tipo de inmueble. Autor de los célebres «boletos» que, más que un negocio particular, era la «bolita» capitalizada por el Estado. Luego, los hombres de confianza de Amado Trinidad comenzaron el negocio de préstamo, presentándole a algunos que no eran más que pantallas, pues operaban con el dinero de los «amigos de Amado» y, en definitiva, resultó que Amado Trinidad fue «garroteado» con su propio dinero, que previamente le habían robado. La gabela pagada, de un veinte por ciento mensual, da la medida de lo bajo a que descendió el prestigio económico de Amado Trinidad.

Al margen de la emisora, y aprovechando la oportunidad de que aún disfrutaba, se hicieron algunos negocios escandalosos. Uno de ellos fue el de un gigantesco sorteo entre todos los oyentes de RHC Cadena Azul. Se remitía un peso a la dirección del Concurso y se recibía un bono numerado para el sorteo. Autos, radios, batidoras, planchas, bicicletas, billetes enteros de la Lotería Nacional, todo por centenares. Se foliaba el sobre del remitente con el número del cupón. Luego, todas las cartas recibidas, que llegaron a poco más de medio millón, fueron a unos bombos gigantes y se realizó el sorteo.

Se sortearon cerca de dos mil quinientos o tres mil artículos. Se pagó a los empleados la manipulación de la correspondencia y se robaron sus promotores más de trescientos mil pesos. Sin contar que muchas veces fueron a Correos a buscar las valijas de cartas, y de seis o siete valijas, llegaban a la RHC Cadena Azul cuatro o cinco. Dos o tres quedaban por el camino, con sus pesos, y con las oportunidades de los remitentes ya anuladas, al desaparecer las cartas junto con el dinero.

Otro negocio fue el de la llamada Cooperativa de Suscriptores de la revista *Ecos de la RHC Cadena Azul*. Ideado por el veterano actor Tomás Cuervo, con la intención de llevar a cabo un negocio productivo, lo sometió a la consideración de Amado Trinidad, y aceptado en principio por éste, se le dio participación en el mismo a dos de sus empleados de confianza para

organizarlo, y en ausencia de Cuervo, lo desviaron por otro camino y el propio Tomás Cuervo resultó víctima de su plan. En pocas palabras, Tomás Cuervo ideó el negocio, los hombres de confianza de Amado le sacaron provecho, y Amado perdió dinero y prestigio en el desarrollo del mismo.

El plan, que mediante los sorteos de la Lotería Nacional brindaba la oportunidad a los suscriptores de ganarse una casa, un auto o cientos de artículos mas, se convirtió en un plan de atraco. Las casas tasadas en diez mil pesos no valían a lo sumo más que tres mil quinientos. Los materiales eran de la más baja calidad y esto llenaba los bolsillos de unos pocos, pues la Cooperativa pagaba diez mil por lo que no valía apenas la tercera parte. Cuando un número no lo tenía ningún suscriptor, inventaban uno y se embolsaban el dinero. Los automóviles se negociaban abiertamente, bien por unidad o bien por flotillas. En cierta ocasión vendieron un lote de once Chevrolet que estaban destinados para los suscriptores.

Aprovechando este desbarajuste económico de Amado Trinidad, los más poderosos anunciantes de la emisora, Crusellas y Cía., Sabatés S.A. y Partagás, acordaron la integración de un trust con Amado, como posible solución para sacar del caos a la RHC Cadena Azul. Esto propició a los anunciantes el apoderarse de los pocos espacios de tiempo con alto *rating* que quedaban, pues los primeros los tenían ya ellos. Les interesaba aprovechar al máximo la audiencia que aún tenía la emisora, y sabiendo que el negocio se iba a pique, se aprovecharon de la ocasión cuanto pudieron.

Como representantes de esas firmas en esta operación actuaron Ramón Ruilopes y J. Navarro por Crusellas; Jesús Alvaríño y Juan Mula por Sabatés y el doctor Luis Vilardell por Partagás.

Amado Trinidad también soñó con ser el primero en ofrecer la Televisión en Cuba, y con este fin se entablaron conversaciones con Edmund A. Chester, director del Departamento de Onda Corta y de Relaciones Latinoamericanas de la CBS, las que no llegaron a feliz término debido a que Chester reclamaba el control del negocio. Este Chester fue un «sobresaliente» personaje, ligado al dictador Fulgencio Batista desde la década del treinta, cuando publicó el libro *Un sargento llamado Batista*, con el que se granjeó la simpatía del «sargento general» y sus

favores. Entre éstos, la adquisición de terrenos en el reparto Kawama, en Varadero, en 1943, por la irrisoria suma de cien pesos. En el propio año 1943 le fue concedida por el Gobierno de Cuba (mejor decir por Batista), la Orden Nacional del Mérito «Carlos Manuel de Céspedes», la más alta distinción civil que se otorgaba en la república.

Después del golpe del 10 de marzo de 1952, Chester publicó una segunda edición de su libro, notablemente ampliada. Y en octubre de 1954 realizó una adaptación radial del mismo en forma de episodios, que se transmitió por radio Siboney, La Voz del Indio, en 550 kcl.

Más tarde, Amado se puso de acuerdo con Gaspar Pumarejo, para realizar la trasmisión de algunos programas de televisión desde los estudios de la RHC Cadena Azul.

Ya en este instante Amado Trinidad llegaba al final de su meteórico paso por la radio, y definitivamente se eclipsaba en medio de una red que lo iba cercando, en la que intervinieron intereses norteamericanos, representados por Ben Marde, gangster norteño, y una serie de asesores yanquis de la misma calaña, amparados por José Pérez Benitoa, ingeniero y arquitecto, amigo íntimo y hombre de confianza de Fulgencio Batista, emparentado con el dictador, al unirse en matrimonio su hijo con Mirta Batista Godínez, hija de su primera esposa. Éste fue ministro de Obras Públicas, y pasó más tarde a ser el hombre fuerte en todo tipo de obras de construcción que se realizaba mediante la autorización del gobierno. Su hermano Manuel, también ingeniero y arquitecto, fue director de la Aduana.

El ciclo de gestiones encaminadas a resucitar lo que fue un próspero negocio, se cerraba. Ante la imposibilidad de hacer que la emisora floreciera de nuevo, el 1º de marzo de 1954 la RHC Cadena Azul amanece cerrada, con una guardia policíaca cuidando sus puertas. Se había producido el *lock-out*.

Un grupo de doce o trece compañeros hacen la correspondiente denuncia en la entonces tercera estación de policía, y comienzan unos meses turbios, en los que algunos de los dirigentes de los trabajadores de RHC Cadena Azul se entienden con personeros del régimen del marzato, alargan la situación creada, y, bajo presión económica y de fuerza, junto a los intereses batistianos que se movieron alrededor del cierre, dieron el golpe final, y RHC Cadena Azul pasó al olvido.

Desde los predios de CMQ se oyeron voces de triunfo. Una vez más había prevalecido la frase *E Pluribus Unum*. «De entre todos, uno», y ese uno era Goar Mestre.

Se ha comentado mucho sobre la influencia negativa de Florángel Cañizo en relación con el desastre financiero de Amado Trinidad. En realidad, Florángel contribuyó al mismo, pero cuando ella aparece oficialmente en la vida de Amado Trinidad, ya él rodaba por la pendiente del desastre. Ella precipitó el momento decisivo pero, en definitiva, no fue la causante principal del mismo, aunque en 1951 Amado la nombró vicepresidenta de la RHC y directora general de la CMW Cadena Roja.

Sí fue decisiva la intervención de Florángel en su ruina moral. Como una Cleopatra disfrazada de Cenicienta fue presentada a Amado Trinidad, y éste, que se vanagloriaba de Don Juan, quedó fascinado esta vez. Bien asesorada, lo manejó a su antojo y lo arrastró a la política, de la que él se había mantenido aparentemente aislado, pero en la que ella sí tomó parte activa, aunque no salió al postularse para concejal primero y para representante después, aconsejada y ayudada por Carlos Prío Socarrás.

Como se puede apreciar, la vida de Amado Trinidad en el terreno de los negocios fue espectacular, sorprendente, la que en diez años se elevó a insospechada altura. No creemos que exista otro caso en el que se hayan dado tal cantidad de calificativos sin que los mismos respondieran al contenido. Y si no, veamos: escritor, periodista, compositor, *sportsman*, director artístico. «El hombre mejor vestido del trópico», etcétera. Calificativos que de tanto oírlos llegó a creerlos, para caer más tarde abatido, sin gloria y sin fortuna. Y lo que es más doloroso, sin el agradecimiento de quienes le debían cuanto tenían en dinero y en popularidad...

Liquidado el negocio después de ser acosado y asediado por los acreedores, Amado Trinidad se refugia en su finca San José, ubicada en el término municipal de Guanajay; se divorcia de Florángel y allí permanece olvidado de todos. Sólo unos contados trabajadores de RHC Cadena Azul fueron en algún momento a verlo en su retiro. Menos aún en número fueron los artistas que por él se interesaron. Y así, el domingo 11 de agosto de 1955, Amado Trinidad Velasco sella su inquieta y tormentosa

vida, ahorcándose en uno de los árboles de la finca, en las tempranas horas de la mañana.

No se suicida por causa directa de enfermedad alguna. Se estima en la miseria, arruinado, sin el batallar constante por ser y lucir más. Cerradas las oportunidades de derrochar dinero, sin valor económico alguno, olvidado de todos, porque nada representaba ya como no fuera la estampa del fracaso, no se resigna a continuar así y decide dar por terminada su vida... y se suicida.

Su entierro resultó una contrastante nota con respecto a toda su vida, y fue un maravilloso exponente de la ingratitude humana.

Y de lo que en un tiempo se llamó El Palacio de la Radio, alfa y omega de un hombre y un nombre, sólo queda esta tarja:

*Como homenaje de recordación y gratitud
del pueblo de La Habana, al impulsor entusiasta
de la industria radial y fundador inolvidable
de la emisora Cadena Azul de Cuba.*

AMADO TRINIDAD VELASCO

Se fija esta tarja en el edificio que ocupó esa empresa, cumpliendo el acuerdo adoptado por el Ayuntamiento en 26 de septiembre de 1955, a propuesta del concejal Rafael Pérez Baluja y con la aprobación del Alcalde Justo Luis del Pozo y del Puerto.

La Habana, Diciembre de 1956.

Mientras tanto, en el otro extremo del país, en la provincia de Oriente, ya había tenido lugar el desembarco del Granma.

LA NEGRITA QUE GANA SEISCIENTOS PESOS

A simple vista, el título nos da la sensación de un cuento. Bien podría serlo de no tratarse de un hecho, como muchos otros, que denuncia un sistema político y socioeconómico donde los

protagonistas, muchos años después, tienen la suerte de contar-lo.

Acababan de cerrarse las negociaciones que fundían la RHC con Cadena Azul, cuando su principal protagonista, el por aquel entonces ex socio de la firma cigarrera Trinidad y Hnos., Amado Trinidad, más conocido por *El Guajiro de Ranchuelo*, convalecía de una reciente enfermedad, en Las Villas.

Ante la imposibilidad de venir a La Habana, envió a uno de sus hombres de confianza para que le informara del personal y la programación existente en la RHC, con el objeto de hacer los ajustes necesarios para la fusión de ambas emisoras, al frente de la cual quedaría él.

Al regresar de La Habana el emisario, le informó de las condiciones artísticas y económicas de la RHC, haciendo hincapié en el sueldo tan elevado que ganaba una negrita que aparecía en la nómina, y la cual él estimaba no hacía nada que lo justificara.

Demás está decir que Amado Trinidad, que desconocía el medio y lo que se podía realizar, dio la orden de dejarla inmediatamente fuera de la nómina, aunque deseaba conocer a la negrita que a principios de la década del cuarenta ganaba tan estratosférico sueldo.

Cuando la noticia de la cesantía llegó a la interesada, que no era otra que la pianista y compositora Isolina Carrillo, ésta no se inmutó, sino que seleccionando entre una serie de proyectos que tenía, se quedó trabajando en los que su estado creativo le hacía sentirse mejor.

Aún no había pasado un mes, cuando fue llamada a la RHC Cadena Azul por el propio Amado. Ya en presencia del magnate cigarrero, éste le dijo sonriente: «Así que tú eres Isolina Carrillo.» A lo que respondió Isolina, devolviéndole la sonrisa: «Sí, la negrita de los \$600.00.»

Y era que dicho comentario había llegado a oídos de Isolina a través de Luis Aragón, por ese entonces Director Artístico de la RHC.

Cuando terminó la entrevista, donde la compositora quedaba ratificada en su puesto, Amado Trinidad, después de disculparse, le explicó que Luis Aragón le había informado del error cometido, ya que estimaba que sus conocimientos musicales podían ser de mucha utilidad para la nueva organización, donde

los proyectos en cuanto a la programación descansarían en lo musical.

La labor de la autora de *Dos gardenias* en la Cadena Azul fue más que fructífera. Entre lo más destacado está la creación, en 1942, de la primera orquesta gigante de danzones. Sus componentes eran: Un piano, un cello, un clarinete, una flauta, dos violines, dos violas, un contrabajo, güiro, maracas y timbales.

Cantantes: *Joseíto* Núñez y Ana María García. Juana María Conill alternaba con esta última. Directora: Isolina Carrillo. Ya con anterioridad, en 1932, Isolina había formado el septeto Las Trovadoras del Cayo, tercer septeto de mujeres que actuó por la radio. Años después reorganiza el conjunto vocal Siboney que marcó el inicio de un nuevo estilo que continuó el conjunto de Facundo Rivero en la televisión.

Estando Isolina en Cadena Azul surge su segunda composición, *Miedo de ti*, la que al popularizarse gana el premio de la ACRI. Le sigue *Como yo, jamás* y *Soy tu destino*.

Fue en 1927 su primera composición. El vals *Anhelo*, inédita. Un fragmento de esta melodía se utilizó más tarde como tema del espacio *La novela de las cuatro*, que se radiaba por la CMQ. En México, Isolina gana el premio ARIEL con *Dos gardenias*, en la voz de su primer intérprete, Guillermo Arronte. Ya por esa época, el cantante Daniel Santos había hecho una creación de este bolero, haciéndolo popular internacionalmente.

Ante la fértil iniciativa demostrada por la compositora y pianista, Amado Trinidad estimó llegada la oportunidad de demostrar en público su amistad, a la vez que dejaba patentizado su alarde de poder, actitud esta que se exteriorizaba más en su afán de servir a quienes estimaba eran sus amigos o convenía ayudar.

¿CUÁNTO VALE EL HOTEL?

Era la etapa en que la Caravana RHC-Cadena Azul, previa campaña publicitaria, recorría la Isla en seis u ocho ómnibus para transmitir desde provincias los espectáculos que se confeccionaban con una variada selección de artistas.

Y como lo hacían los príncipes, acompañados de su séquito, Amado Trinidad encabezaba la caravana acompañado de fotógrafos, camarógrafos y periodistas, que más tarde reelaborarían la información conveniente para ser publicada en el órgano oficial de la emisora (*Ecos de la RHC Cadena Azul*), en los diarios y pasada por los noticieros cinematográficos.

Las presentaciones duraban una o dos semanas y la que vamos a contar se realizaba en Santiago de Cuba.

Cuando Trinidad penetró en el hotel Casa Granda, iba rodeado de técnicos, artistas, fotógrafos, periodistas y personal administrativo de su emisora.

Después de distribuir el personal en varios hoteles, se iniciaba el transporte del equipaje a los cuartos correspondientes, cuando se le acercó un empleado para decirle en voz baja que en el hotel no se podía hospedar negros. Y Amado Trinidad, que a su lado tenía a su esposa que conversaba con Isolina Carrillo, dijo, levantando la voz:

—¿Quién dio esa orden?

—Es una disposición del hotel, contestó el empleado en tono confidencial, temiendo que se dieran cuenta los que lo rodeaban.

—Conque una disposición, pues llame inmediatamente al dueño y dígame de parte de Amado Trinidad, que cuánto vale el hotel, que se lo compro.

Y ante la mirada atónita del empleado, se viró para Isolina y le dijo: Sígueme, que yo te acompaño hasta tu habitación. A partir de ese día, Isolina Carrillo, con su sonrisa enigmática y sus partituras en la maleta, quedó hospedada en la habitación destinada para el magnate de la emisora.

A las horas de las comidas siempre se vio a la autora de *Dos gardenias* sentada a la diestra de Amado Trinidad, el que cuidaba mucho que siempre fuera la primera que sirvieran.

Y era que la negrita que ganaba seiscientos pesos, con el continuar de los días, para el Director de la RHC Cadena Azul, aunque seguía teniendo el mismo color, poseía un nombre que le daba prestigio y producía grandes utilidades a su negocio.

TRANSFORMACIÓN Y FUSIÓN DE LA CMW CON LA RHC CADENA AZUL

2WX = CMW; CMW + RHC = CNC; CNC + Revolución = Radio Rebelde.

La CMW, de Gil y Troncoso, fue una de las cartas de triunfo que llevó Miguel Gabriel al unirse a Amado Trinidad, en la idea de enfrentársele a la CMQ de Goar Mestre.

Cuando la CMW se instaló en el edificio de la RHC Cadena Azul, en Prado 53, con el nombre de CMW Cadena Roja, la opción de compra propuesta por Gabriel y aceptada por Amado Trinidad se hace con el objetivo de crear las condiciones para la futura guerra que Miguel Gabriel prepara al competidor que, como ya dijimos, con habilidad y astucia lo había hecho abandonar la CMQ, de la que era su director artístico y uno de los dueños. Durante el tiempo que estuvo la CMW bajo el control de la RHC Cadena Azul se creó un cuadro de comedias dirigido por la actriz Zulema Casals, que preparaba nuevos valores, los que de tener condiciones eran pasados al cuadro de la RHC Cadena Azul.

La inesperada muerte de Gabriel dejó una interrogación de lo que en la práctica hubiera sucedido, al poner su inteligencia a disposición de la RHC Cadena Azul, aunque, aparentemente, la situación, a principios de 1945, no era precaria. Al morir Miguel Gabriel, la CMW continúa en el edificio de la RHC Cadena Azul, hasta que años después es adquirida por una sociedad anónima integrada por el publicitario Aurelio Marurí y los hermanos Menéndez Manzano (Arcadio y Manolo, este último, alto funcionario del gobierno de Prío).

Como es de suponer, en esta compra, aunque no aparece, está la mano del gobierno de Carlos Prío, que se enfrentará en las elecciones a Chibás, y necesita medios de comunicación masivos. La emisora, ahora con el nombre de CMW Radio Repórter Musical, situada en la calle O entre 23 y Humboldt, en El Vedado, es operada por la Sociedad Anónima que la compra hasta que se produce el golpe militar del 10 de marzo de 1952, en que las emisoras son intervenidas militarmente y

censuradas por el Ministerio de Información, bajo la dirección de Ernesto de la Fe.

En esta situación, como ya explicamos, surgen las figuras de Edmundo Chester, Pérez Benitoa entre bambalinas, y, como cabeza pensante, un hombre conocedor del medio: Gaspar Pumarejo.

Una supuesta compañía norteamericana compra la RHC Cadena Azul y Radio Repórter Musical.

Con CMW como planta matriz y la cadena nacional de la antigua RHC, se crea el Circuito Nacional Cubano. Éste es operado por otra Sociedad Anónima que preside el industrial tabacalero José L. Piedra. El jefe de producción y director de la emisora es Alberto Sotolongo, que a la vez es presidente de la agencia publicitaria Mercado, Survey y Publicidad.

Al triunfo de la Revolución aparecieron las acciones del Circuito Nacional Cubano, y el noventa y ocho por ciento de las mismas pertenecían a Fulgencio Batista y Zaldívar, y el dos por ciento a Alberto Sotolongo. Actualmente, estos equipos, reparados y ampliados, pertenecen a la Cadena Nacional de Radio Rebelde.

2AF EL PROGRESO CUBANO. CMBC RADIO PROGRESO LA ONDA DE LA ALEGRÍA

Desde la década del veinte, la fiebre de la radio hizo Mella en Domingo Fernández, dueño del establecimiento de efectos eléctricos El Progreso Cubano, situado en Máximo Gómez 139, nombre que también dio a su emisora, hasta que se trasladó, a principios de la década del 40, para los bajos del Centro Gallego, en San José 104, en La Habana.

A la familia Fernández le pareció contradictorio que transmitiendo desde la cuna de la colonia española, continuara llamándose la emisora El Progreso Cubano, y le cambiaron el nombre por el de Radio Progreso, que tiene en la actualidad.

Desde su inauguración en la calle Máximo Gómez 139 (Monte) el 15 de diciembre de 1929, primero con el indicativo 2AF, y a partir de 1930 con el de CMBC, muchos fueron los esfuerzos que se llevaron a cabo con relativo acierto. Aunque a la emisora la caracterizaba su programación musical, Luis

Manuel Martínez Casado, con su hermana Marta de primera actriz, crea el primer cuadro de comedias de la misma. Con los años, este cuadro de comedias, bajo la dirección de distintas figuras, llegó a ocupar uno de los primeros lugares de audiencia.

Aunque el dueño de la emisora era Domingo Fernández, la responsabilidad del negocio siempre recayó sobre sus hijos Manolo y Ovidio, quienes asesorados en la parte técnica por Ventura Montes primero, y más tarde por el ingeniero Carlos Estrada Castro, después de llevar varios años en San José 104, montan el primer trasmisor marca Westinghouse de 50 000 watts que se instala en nuestro país.

El 17 de noviembre de 1949, los hermanos Fernández constituyen una Sociedad Anónima, a la que denominan Estaciones Radiodifusoras Radio Progreso S.A. Cuando la televisión se inaugura en Cuba, Radio Progreso, mediante la ayuda de uno que otro anunciante, ya se encuentra en condiciones de ampliar su negocio, y surge la disyuntiva de si se convierte en una planta de TV o continúa como emisora de radio.

Los hermanos Fernández delegan en el ingeniero Estrada, y lo envían a los Estados Unidos de Norteamérica, para conocer sobre el terreno del éxito y el mínimo de inversión necesaria para sostener una planta de televisión.

De regreso, a sugerencia de Estrada, se acuerda ampliar la emisora de radio mediante la construcción de un edificio fabricado a ese efecto, teniendo en cuenta el recién estrenado de Radio Centro.

La idea fue aprobada y Estrada se dio a la tarea de confeccionar los planos, cuyas condiciones técnicas a partir de los errores existentes en la fabricación de Radio Centro, serían superadas.

Debemos advertir que el ingeniero Ventura Montes, sobre quien en principio recayó la responsabilidad de diseñar y montar los equipos de Radio Centro, puso en conocimiento del ingeniero Estrada los errores cometidos, tanto de acústica como de cualquier otro tipo, que por tratarse de la primera emisora —después de la PWX de la Cuban Telephone Co.—, que se construía en Cuba, se habían detectado después de su inauguración. Este detalle quizás dé la respuesta a la pregunta que aún muchos compañeros del medio se hacen, del por qué los estudios

de Radio Progreso reunían condiciones técnicas que no tenían los de CMQ, actual Radio Liberación.

Cuando el 28 de noviembre de 1953 se inauguran los estudios de la Avenida de Menocal 105, 107 y 109, más conocida como calle Infanta, la radioemisora se convierte en la tercera Cadena Nacional Telefónica.

Esta emisora fue costeada con capital cubano, principalmente de anunciantes, y aunque se rumoraba que no era así, aclaramos que la Westinghouse, la General Electric y la RCA solamente aportaron los equipos, mediante compra a plazos concertada por el ingeniero Carlos Estrada Castro, actualmente director técnico de la Empresa de Grabaciones y Ediciones Musicales (EGREM).

Ya en su nuevo edificio, y con mayor alcance, por sus plantas repetidoras a través de Cuba, Radio Progreso refuerza su cuadro de comedias, aunque continúan predominando los programas musicales que justifican el *slogan* de la Onda de la Alegría. A pesar de su audiencia y de las características de planta de primera, a Radio Progreso no le interesó ocupar el primer lugar de los *surveys*.

Tanto Ovidio Fernández, presidente de la S.A. en que se había convertido el negocio, como Manolo Fernández Balmaseda, director general de la emisora, opinaban que el día que Radio Progreso ocupara el primer lugar, representaría un aumento en la nómina, que, según ellos, dejaría de engrosar como utilidad.

Mucho se resistió Manolo Fernández a pagar al personal artístico las tarifas estipuladas, y de no ser por la presión de la ACAT, no lo hubiera hecho jamás.

Cuando triunfa la Revolución, y las radioemisoras pasan al control del Gobierno Revolucionario, los hermanos Fernández abandonaron el país.

En cuanto a las relaciones que mantenían los hermanos Fernández con Goar Mestre, éstas eran muy cordiales, dada la posición que ocupaba su hermano Abel como presidente de la Federación de Radioemisores de Cuba. No eran relaciones de competidores, lo que a veces se hacía resaltar mediante acuerdos amañados con la prensa radial y escrita.

Manolo Fernández, que fue llevado a la vicepresidencia de la Federación de Radioemisores por la ayuda de Goar Mestre,

veía a éste como su protector y guía, circunstancias éstas que conocían los Mestre y de las que se aprovecharon durante toda su etapa de dominio.

LA TRAYECTORIA DEL NUEVO MESÍAS

Goar Mestre estudió en Cuba hasta los 13 años. Posteriormente fue a estudiar a los Estados Unidos de Norteamérica, donde se graduó en 1932 en la Chesnut Hill Academy, y, en 1936, en la Universidad de Yale, en Business Administration. En 1942 llega a La Habana como representante exclusivo de la Bestov Productus Inc., fabricante del chocolate en polvo Kresto, y funda la Agencia de publicidad Mestre y Cía., más tarde, Mestre, Conill y Cía.

En ese mismo año aparece como patrocinador de los programas Gane con Kresto, Teatro Kresto y la Bolsa del Saber Musical, todos por la RHC Cadena Azul. Simultáneamente alquila tiempo en la CMQ de Cambó y Gabriel, para pasar menciones de quince segundos.

Finalizando el año 1942, en conversación sostenida con Guido García Inclán, Goar Mestre le hace saber que la NBC, con quien mantiene relaciones, le ha planteado su interés en comprar una emisora en Cuba; que de existir la oportunidad están en disposición de ayudarlo en dicha operación, aunque de forma confidencial, ya que la NBC no debe aparecer en ningún tipo de conexión en Cuba. Cuando Goar Mestre hace el ofrecimiento de opción de compra a Cambó y Gabriel, después de permitirle revisar los libros de contabilidad, le confiesa a Guido que de acuerdo con la perspectiva del negocio, la NBC no tenía por qué enterarse. Es decir, él hace el negocio por su cuenta, quizás pensando que de irle mal, siempre habría tiempo de interesar a la NBC. Además, ¿qué mejor prueba que ésta para un recién graduado de Yale?

En 1943, Goar Mestre entrega a Cambó y Gabriel la cantidad de veinticinco mil pesos como anticipo a la compra de la emisora, comprometiéndose a pagar en plazos el resto de lo estipulado.

En conversación sostenida con Guido García Inclán, sugiere levantar el edificio Radio Centro. La primera piedra fue colo-

cada el 3 de marzo de 1946; el costo total se elevó a tres millones de pesos. El edificio fue el primero en Cuba que tuvo servicio de aire acondicionado proporcionado por una planta central, con capacidad total de 280 toneladas. Mestre dice que sea en El Vedado, por ser «el futuro corazón de La Habana», y señala la esquina de 23 y L, en contra del criterio de Guido, que le sugería lo hiciera en Monte y Prado, es decir, en el mismo lugar en que se encontraba, ya que siendo el edificio de Humara y Lastra, lo podía adquirir con los anuncios.

Goar Mestre insistió en que sería en 23 y L, a cuyo efecto debía presentarlo a la señora Evangelina Aulet, dueña de todos aquellos terrenos, y amiga personal de Guido. En la entrevista, Mestre le hizo ver que al fabricar allí la futura CMQ, los terrenos aumentarían más del doble su valor.

Ya con la opción de compra de los terrenos de L y 23, Goar Mestre se da a la tarea de organizar una Sociedad Anónima, mediante una emisión de bonos que serían distribuidos entre amigos capitalistas cubanos con quienes ya había consultado de antemano. Además, tendría la ayuda de firmas norteamericanas, las que mediante la compra de equipos y concesiones de arrendamiento completarían los elementos necesarios para construir en Cuba la primera empresa radial de envergadura. La RCA Víctor se encargaría de administrar los equipos iguales a los utilizados en ese momento en los Estados Unidos de Norteamérica. El 19 de enero de 1950, Ángel Cambó vende sus acciones a Goar Mestre en casi un millón de pesos.

A partir de este instante, y con el nombre comercial de Radiocentro S.A., los hermanos Mestre, Luis Augusto, Abel y Goar, se aglutinan en una sola pieza, al quedarse como dueños absolutos, a medida que iban ampliando el radio de acción de sus negocios. A pesar del anonimato con que pretendían actuar, vamos a mencionar unos pocos negocios en los que tenían participación, directa o indirectamente, al triunfo de la Revolución:

Radiocentro, S.A., Circuito CMQ, S.A., Radio Reloj; CMBF, Onda Musical; Productos Alimenticios de Cuba, S.A.; Bestov Product Inc.; General Foods Sales Co.; Cook Chemical; Fábrica de Jugos Vandiel; Fábrica de compotas Jals. Kresto, Toddy, Amolín, Kolynos, Norwich y Bettman Nut.

Productos Bon-Ami; Especias y productos Keystone; Fábrica de Caramelos Alicia; Fábrica de Harina y conchillas de ostiones;

Circuito Teatral S.A.; Cine Arenal S.A.; Empresas, Cine, Dulcería Radio Centro, S.A.; North Atlantic Kenaff, Corp.; Cuban American Metal S.A.; North Atlantic River Corp.; Microondas Nacionales, S.A.; Televisión interamericana de Cuba, S.A.; Aire Acondicionado Radiocentro, S.A.; Tremesco, Inc. S.A.; Compañía Territorial de COCA, S.A.; Baraco Production Co.; Velas El Santísimo; Convertidora de papel ENICO, S.A.; Artes Metálicas, S.A.; Compañía inmobiliaria BUIGEN, S.A.; Confituras La Mallowquina; Fábrica de papel asfalto; Pastelandia; Mestre y Espinosa, La Occidental, La Cosmopolita (Droguerías); Fomento y Obras de Construcción S.A. (FOCSA); Vaillant Motors S.A. (automóviles Biuck); Venta de libretos de radio y TV, grabaciones, discos de efectos y Kinescopios (SIGA S.A.); Agencia de Publicidad Mestre y Conill; Mercado de Santiago de Cuba (arrendamiento por veinte años).

Es decir, que además del control de la radio y TV —ahora con el respaldo de la CBS—, los Mestre representaban el monopolio, y, como era de suponer, con el respaldo absoluto de los colosos norteamericanos, que tomaban nuestro archipiélago como trampolín para, después de chuparnos hasta la última gota de sangre, saltar hacia una nueva víctima en la América Latina. Goar Mestre llegó a ser designado presidente de la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), organización que controlaba unas tres mil emisoras en todo el Continente Americano.

La contrata del edificio Radio Centro se la dio a Purdy Henderson, constructores norteamericanos que poseían una cadena internacional, según Goar Mestre, la más idónea.

Al teatro se le puso Warner, por poseer intereses en Radio Centro S.A. la compañía de películas que lleva ese nombre (Warner Brothers).

El teatro se inauguró con una función de gala a diez pesos la luneta (poseía mil seiscientas cincuenta) el 23 de diciembre de 1947, a la que asistió el presidente de la República, Ramón Grau San Martín. Se estrenó la película norteamericana *Night and Day*, y el importe fue donado al asilo San Vicente.

La radioemisora Circuito CMQ S.A. se inauguró el 12 de marzo de 1948.

Años después el teatro pasó a la administración de los hermanos Mestre, y se le cambió el nombre por el de Radiocentro, el 2 de enero de 1953 (actualmente Yara).

A partir de ese instante, los artistas extranjeros que se contrataban por la CMQ incluían como parte de su trabajo la presentación en la radio, la TV y el Teatro.

LA RADIO ES MAYOR DE EDAD

Después del inicial desconcierto que provocan los grandes cambios administrativos, la radio se encauza. Se organiza la contabilidad, se reglamenta y clasifica el trabajo. Se crean departamentos y se entrena personal calificado para las distintas labores especializadas.

Tarifas de tiempo, clasificación de artistas, contratos con cláusulas complicadas y sistemas de retribución del trabajo se organizan bajo planes tan modernos que el pago proporcional que recibe cada artista, en relación con el número de veces que ha actuado, se calcula mediante máquina automática de tabulación por el sistema IBM.

Hay un despliegue de competencia individual, un deseo dinámico de «ganar más» en un medio en el que, al parecer, no había ya límites para las ganancias, que se proyectaban en una vertical ascendente, de progreso fantástico. Cientos de valores: intelectuales, periodistas, sociólogos y profesores, se incorporan a la radio, deslumbrados por aquel nuevo Midas que convertía en oro todo lo que tocaba.

Podría plantearse al leer esto: ¿por qué se le ataca?... Aparentemente, el sistema comercial que produjo ese incremento radial, ese avance técnico y artístico, debía ser considerado como la mejor forma de operación radiodifusora.

Hay, sin embargo, una serie de errores, consustanciales al sistema, que producen un mal social, menos perceptible y de más sutil penetración, pero, por lo mismo, mucho más peligroso. Porque el monopolio organiza un eficiente sistema de conquista, que tiende a suplantar los altos intereses colectivos por el interés privado de un grupo dominante. El famoso lema: «De entre todos, uno», lo aplica, en la práctica, como regla de que «el esfuerzo de todos» se aplique en el beneficio de «uno»: el grupo dirigente, la minoría oligárquica.

Analizaremos sus métodos básicos en las páginas siguientes.

CONFUSIÓN DE ESTILOS Y DISCIPLINAS

Indudablemente que en la etapa monopolista se crean métodos eficientes de trabajo: Horarios fijos, contratos de trabajo, sueldos elevados, programación balanceada y labores especializadas. Pero pronto se manifiestan algunos síntomas negativos:

1. Se da preferencia a la superación técnica. Mientras se aumentan los conocimientos de electrónica y los recursos de equipos, se subestima el desarrollo del cuadro artístico. No se crean centros de Arte Radial.
2. Libros técnicos en inglés y frecuentes viajes de los operadores del sistema a los Estados Unidos de Norteamérica, van creando una mentalidad «pro yanqui» en los cuadros calificados. Se infiltra un «complejo de inferioridad» que tiende a considerar *lo latino* como algo inferior, y busca la perfección en hacerlo todo «como lo hacen en los EE.UU.».
3. Los artistas, sometidos a intensa competencia *individual*, tratan de superarse. Pero, alejados ya de los viejos maestros de la escena, y faltos de un método y un centro orientador del arte radial, recurren a la improvisación y al *autodidactismo*. El resultado es un caos de tendencias, estilos y formas de actuar, en medio del cual no se fijan patrones de calidad. Una misma figura tiene momentos de genial actuación, seguidos de errores elementales y hábitos viciados.
4. Se regresa al teatro por un nuevo camino. Buscando orientación profesional, muchas figuras de la radio se mezclan en el movimiento teatral de las Salas Experimentales y adoptan teorías escénicas. Aunque eso aumenta la cultura general del artista, cuando llegan al micrófono con proyección vocal teatral ajenas a la expresión radial, se encuentran aún más desorientados que antes. El cine y el teatro no son iguales que la radiodifusión.
5. Como los contratos dependen cada vez más directamente de los anunciantes, el interés comercial empieza a ser más importante que la inquietud estética. Los ídolos son fabricados con propaganda, y pronto los artistas se interesan, más que en gustarle al público, en gustarle al anunciante, que es quien los impone.

SISTEMAS DE CONTRATACIÓN

Otro aspecto de la radio que deslumbra es ese mito de los grandes sueldos que, aparentemente, se ganan con facilidad. En primer lugar, los sueldos altos están limitados a un pequeño grupo de los elementos más destacados. No todos los que trabajan en la radio ganan buenos sueldos, y una gran mayoría de trabajadores radiales, en los diversos sectores y especialidades, percibe una retribución inferior a lo que puede considerarse justo, si la comparamos con otros índices profesionales.

Pero, aun en los casos de sueldos elevados, si analizamos el sistema, se pone en evidencia que se ha hecho motivo de mucha especulación verbal por los que no poseen información adecuada sobre la forma de trabajo y retribución en la radio.

Hay que dividir ese campo en dos sectores: la zona de las pequeñas emisoras, con salarios mínimos y algunas excepciones de sueldos equivalentes a los de cualquier índice de trabajo calificado, y la zona de plantas grandes o cadenas, en las cuales se establecieron complicados sistemas salariales.

Es conveniente que el lector tenga en mente este hecho: estamos analizando la situación radial de la década de los años 40, y todavía no existía la televisión, que vino a alterar los hechos y a modificar todos los cuadros. Este aspecto de la cuestión, es decir, la forma en que afectó al proceso radial la introducción en Cuba del video, lo consideramos más adelante.

Fijemos como punto de partida los métodos de pago que se consolidaron durante ese tercer ciclo económico: Monopolio.

El sistema presenta tres fuentes de trabajo y salario:

1. Contrato directo con una emisora, ya fuera permanente o de carácter eventual.
2. Contrato directo con una industria, a través de su correspondiente Departamento de Radio. El pago lo hacía el anunciante directamente.
3. Contrato directo con una Agencia Publicitaria, la cual pagaba el servicio, cobrándolo, a su vez, al anunciante que lo utilizaba.

Aunque las tarifas básicas son la referencia empleada por los tres sectores patronales, hay variantes en la forma en que cada uno aplica ventajas y condiciones en sus maniobras de competencia patronal para asegurarse el control humano.

Del trueque o cambio por especie se pasa al régimen asalariado, de acuerdo con el criterio del dueño o arrendatario del espacio. Sin que sea un orden propiamente cronológico, trataremos de hacerlo más o menos como se desarrolló en los actores:

1. Se hacía una iguala verbal de acuerdo con el número de actuaciones.
2. Precio por actuación teniendo en cuenta una serie de circunstancias: cincuenta centavos, setenta y cinco centavos, un peso, dos pesos, dos cincuenta, tres pesos, tres setenta y cinco, cuatro y cinco pesos.

Al llegar a tres setenta y cinco por programas de media hora, como veremos más adelante, el precio varía si los mismos son de sostenimiento, paquete o patrocinados.

Como muestra de lo anteriormente expuesto, veamos cómo regía esto en la RHC Cadena Azul, aunque aclaramos que aquí no se contempla la exclusividad.

TARIFAS DE RHC CADENA AZUL, mayo 1° de 1947
CONTRATACIÓN ESPECIAL
ACTORES

Ernesto Galindo
Luis Echegoyen
Leopoldo Fernández (*Trespátines*)
Aníbal de Mar (*Don Pancracio*)
Rolando Leyva

Los actores considerados en esta contratación especial quedan sujetos a arreglos por programas.

ACTORES: CLASIFICACIÓN A

	Programas de 1 a 15 m			Programas de 15 a 30 m		
	tarifa	9.09%	Precio total por audición	Tarifa	9.09%	P.P.A.
Alvariño, Jesús	\$4.00	\$0.36	\$4.36	\$4.00	\$0.36	\$4.36
Barral, Mario	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Beltrán, Alfonso	3.00	0.27	3.27	3.00	0.27	3.27
Campos, Agustín	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Castellanos, Juan José	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Díaz, Paul	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Gallo, Julio	2.00	0.18	2.18	3.00	0.27	3.27
García Ortega, Santiago	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Lado, Juan	3.00	0.27	3.27	3.00	0.27	3.27
Medina, Pablo	3.00	0.27	3.27	3.00	0.27	3.27
Martínez Casado, Luis	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Pérez Díaz, Pedro	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Romero, Juan Carlos	3.00	0.27	3.27	3.00	0.27	3.27
Rosell, Rosendo	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Salgado, Juan Vicente	2.00	0.18	2.18	3.00	0.27	3.27

ACTORES: CLASIFICACIÓN B

	Programas de 1 a 30 m		
	Tarifa	9.09%	Precio total por audición
Borges, Augusto	\$2.00	\$0.18	\$2.18
Pérez, Píriz	2.00	0.18	2.18
Rodríguez, Orlando	2.00	0.18	2.18
Selis, Raúl	2.00	0.18	2.18
Valdivia, Antonio	2.00	0.18	2.18
Valdés Sigler, Ignacio	2.00	0.18	2.18
García, Jovino	2.00	0.18	2.18
Insua, José Antonio	2.00	0.18	2.18
Ayala, Rafael	2.00	0.18	2.18
Riera, Manuel	2.00	0.18	2.18
Planas, Martín	2.00	0.18	2.18

**CONTRATACIÓN ESPECIAL
ACTRICES**

Eva Vázquez
Marta Martínez Casado
Sol Pinelli
Mimí Cal (Nananina)

Las actrices consideradas en esta contratación especial quedan sujetas a arreglos por programas.

ACTRICES: CLASIFICACIÓN A

	Programas de 1 a 15 m		Precio total por audición	Programas de 15 a 30 m		
	Tarifa	9.09%		Tarifa	9.09%	P.P.A
Adams, Celia	\$3.00	\$0.27	\$3.27	\$3.00	\$0.27	\$3.27
Amelivia, Felisa	4.00	0.36	4.36	4.00	0.36	4.36
Capdevila, Fedora	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Bermúdez, Pilar	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Díaz, Mercedes	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Suárez, Norma	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Torres, Aracely	3.00	0.27	3.27	3.00	0.27	3.27
Vidal, Consuelo	2.00	0.18	2.18	3.00	0.27	3.27

ACTRICES: CLASIFICACIÓN B

	Programas de 1 a 30 m		Precio total por audición
	Tarifa	0.09%	
Banderas, Carmelina	\$2.00	\$0.18	\$2.18
Río, Perla del	2.00	0.18	2.18
Melero, Carmen	2.00	0.18	2.18
Castillo, Caridad	2.00	0.18	2.18
Lara, Aida de	2.00	0.18	2.18
Maubán, Luisa	2.00	0.18	2.18
Sarol, Nidia	2.00	0.18	2.18

ARTISTAS DE GÉNERO CÓMICO

ACTRICES

Zoila Pérez
 Alicia Rico
 Blanca Becerra
 Candita Quintana
 Julita Muñoz

ACTORES

Abel Barrios
 Adolfo Otero
 Carlos Marcos
 Emilio Ruiz (chino Wong)
 José Aparicio
 Julito Díaz
 Mario Galí
 Juan León Sánchez (*Timoteo*)

Todos estos artistas están bajo contratación especial

DIRECTORES Y PRODUCTORES

	Programas de 1 a 15 m			Programas de 1 a 30 m		
	Tarifa	9.09%	audición	Tarifa	9.09%	P.P.A
			Precio total por			
Alvariño, Jesús	\$5.00	\$0.45	\$5.45	\$5.00	\$0.45	\$5.45
Arbesú, Alberto	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Barral, Mario	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Castellanos, Juan José	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Campos, Agustín	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
García Ortega, S.	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Martínez Casado, L.	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Medina, Pablo	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Pinelli, Sol	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Pérez Díaz, Pedro	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Rosell, Rosendo	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Salgado, Juan	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36
Torres, Aracely	3.00	0.27	3.27	4.00	0.36	4.36

MUSICALIZADORES

Espectáculos de 1 a 15 minutos	\$2.00
Espectáculos de 15 a 30 minutos	\$3.00

Esta tarifa es para programas diarios. Los programas alternos o de duración no consignada en esta clasificación están sujetos a arreglos especiales.

OPERADORES DE EFECTOS DE SONIDO. OPERADOR DE EFECTOS MANUALES

Espectáculos de 1 a 15 minutos:

Operador de sonido	\$2.00
Operador de efectos manuales	\$1.50

Espectáculos de 15 a 30 minutos:

Operador de sonido	\$3.00
Operador de efectos manuales	\$2.00

Estos precios incluyen el tiempo del programa más su ensayo correspondiente.

Cada operador de efectos manuales *extra* costará \$1.50

LOCUTORES

Espectáculos de 1 a 15 minutos (de lunes a sábado)

Un locutor	\$2.00
------------	--------

Espectáculos de 15 a 30 minutos (de lunes a sábados)

Un locutor	\$3.00
------------	--------

PROGRAMAS ALTERNOS

Una vez a la semana	\$5.00
Bisemanal	\$4.00
Trisemanal	\$3.00

EL CONTRATO DE EMISORA

Un artista, locutor, director, autor, etcétera, podía ser «firmado» directamente por una planta de radio, dentro de las variantes siguientes.

1. *Contrato de Exclusividad*

El contratado no podía prestar servicios a ninguna otra empresa. Este convenio producía los salarios más altos, ya que se compensaba la limitación de otras entradas que podría tener la figura, y que se impedían por la condición de «exclusivo». Los sueldos fijos con exclusividad variaban (en la radio) desde trescientos a ochocientos pesos mensuales.

2. *Mínimo y superavit*

Surgió entonces un nuevo sistema, para dar flexibilidad a los sueldos, sin que la Empresa se viera obligada a pagar un alto salario fijo a figuras que, ocasionalmente, dejaban de ser utilizadas en muchos programas.

La Planta fijaba un sueldo de base (mínimo), con derecho a utilizar la figura en determinado número de audiciones durante el mes. Por ejemplo: un mínimo de ciento cincuenta pesos, con un máximo de doscientas audiciones a cubrir en un mes.

Si, pasado el mes, la figura no había «cubierto» las doscientas audiciones, cobraba de todos modos su sueldo básico, que representaba «el mínimo» de lo que le garantizaba la empresa, o sea, los ciento cincuenta pesos de salario mensual.

En el caso de que la figura fuera utilizada, durante un mes, en una cantidad de audiciones superiores a las doscientas, por cada programa adicional se le reconocía una cuota extra, de acuerdo con la tarifa de actuación. (Usualmente, de cuatro a cinco pesos por cada programa adicional cuando se trataba

de primeras figuras). La Tarifa Mínima era de dos cincuenta y subió luego a tres setenta y cinco más el nueve cero nueve por ciento. En otras palabras: el artista que durante un mes lograra actuar en doscientos veinte y cinco programas, cubría un mínimo de ciento cincuenta pesos por doscientas actuaciones, y percibía un extra de ciento veinte y cinco por las veinte y cinco audiciones adicionales. Este margen extra es lo que constituía el *superavit* de ese mes. Así, entre ambos valores, mínimo y superavit, ese mes le representaba al artista de este ejemplo, una entrada de doscientos setenta y cinco pesos.

A primera vista entusiasmó al grupo de figuras modestas, por creer, ingenuamente, que el plan significaba mayores oportunidades de trabajo. Por otra parte, la aparente facilidad de doblar el sueldo básico con sólo unas audiciones adicionales constituyó una tentación para aquellos que, por no ser estrellas o protagonistas, intervenían sólo en papeles modestos, pero en varios programas del día. Esto suponía una ventaja para acumular muchas actuaciones.

EL ANUNCIADOR DE LA RADIO

En su inicio, era costumbre que las charlas, comentarios y programas importantes, los presentara el propio «dueño» de la planta. En ciertos turnos, sobre todo en las horas hábiles, se fue delegando en un suplente. Cuando hablaba el dueño, solía encargar al suplente de la lectura de los anuncios. De esta forma, la voz del dueño se hacía «simpática» conduciendo la parte agradable del programa, y el público empezó a identificar a los *locutores* iniciales con el nombre, un tanto inferior, de «anunciadores de la radio».

Con el tiempo, algunas voces y estilos adquirieron tal personalidad en la audiencia, que se identificaba la planta por la voz de su «anunciador», que era lo más característico de la transmisión. De ese modo se generaliza en el ambiente la figura del locutor.

De la improvisación realizada por la propia voz del dueño de la planta se trasladó la función conductora de la palabra a

otras voces subalternas, estableciéndose un régimen de trabajo. La relación comenzó por un sistema de trueque o pago en especie, hasta que evoluciona hacia un tipo de trabajo asalariado.

Los llamados «anunciadores de la radio» (porque se limitan a leer anuncios y mencionar títulos y nombres), adquieren personalidad más definida en 1940. El Ministerio de Comunicaciones, en esa fecha, reorganiza una dependencia: la Dirección de Radio, y se establece el examen obligatorio para todos los anunciadores que estaban en activo en las emisoras del territorio nacional. Se otorga el título oficial, ya con el nombre de locutor de radio.

José Antonio Cepero Brito fue el primero en examinarse. Esto ocurrió en el mes de septiembre de 1940. Ese mismo día examinaron a seis más. Al ser aprobado, a Cepero Brito se le otorgó el título oficial número cinco. El número uno se le había concedido a Raúl P. Falcón, como iniciador de esa especialidad. Y aunque lo lógico hubiera sido que el título de Cepero Brito fuera entonces el número dos, no fue así.

Se creó entonces la Unión de Locutores³⁸ que más tarde se transforma en el Colegio Nacional de Locutores, sin que ninguno de esos organismos estableciera una real superación técnica, a pesar de los esfuerzos de muchos miembros.

El cuadro de materias para el examen oficial era de ínfimas aspiraciones. Pruebas de gramática muy elementales y algunos ejercicios prácticos de dicción. Más que un criterio académico, prevalecía la intención de «oficializar» las labores y establecer

38 En 1939 un pequeño grupo de locutores, encabezados por Fernando Cueto (*Manito*) y otros, constituyeron la primera Unión Nacional de Locutores para velar por los intereses materiales y morales de este sector, bastante maltratados y casi desconocidos por las emisoras y los organismos oficiales. Esta asociación duró pocos meses, por la falta de entusiasmo y apoyo de los propios locutores.

Tiempo después se realizó la segunda intentona, organizada por una nueva comisión integrada por Fernando Cueto, Antonio Castells y otros. Nuevamente la falta de conciencia del sector, y la falta de colaboración de elementos aparentemente acomodados a la sombra del patrono hizo desaparecer tan loable esfuerzo, hasta que en 1946, se constituyó sobre bases más sólidas lo que llamaron Colegio Nacional de Locutores.

límites en el acceso al micrófono, a pesar de lo cual los títulos fueron otorgados con una excesiva liberalidad.

Quedó planteado un absurdo: el Estado, que exige un examen para otorgar el título de locutor, no ha creado ningún centro de estudios específicos, donde se puedan adquirir los conocimientos inherentes a esa función profesional.

Pero, antes de continuar, hagamos un poco de historia.

La locución en Cuba marca cuatro etapas. Las mismas que ha tenido la radiodifusión.

1. Artesanal	de 1922 a 1929
2. Comercializada	de 1930 a 1940
3. Monopolista	de 1941 a 1959
4. Transicional	a partir de 1960

A Zoila Casas Rodríguez, hija del músico y compositor Luis Casas Romero, le cabe el honor de haber sido la primera locutora que actuó como tal frente al micrófono de un equipo de radio, antes de que saliera al aire la emisora PWX.

Parece ser la compañera Esther Sabater la segunda mujer que desempeñó esta especialidad en la ciudad de Cárdenas, desde diciembre de 1927 hasta 1944.

Con la inauguración oficial de la PWX, el 10 de octubre de 1922, surgen los pioneros de la radio: los locutores Raúl P. Falcón y más tarde Remberto O'Farril.

Otro de los locutores pioneros lo fue Adolfo Gil, más tarde director y anunciador oficial de la CMW. A mediados de la década del 30 crea Félix B. Cagnet el narrador dentro del espectáculo detectivesco, y es Matías Vega Aguilera el primer locutor que actúa en esa especialidad.

Cuando Miguel Gabriel funda la CMQ, es la voz inconfundible de Miguel Buendía la que surca el espacio. Primer locutor que tiene esa emisora. Meses después surge Arturo Artalejo animando programas de música popular. Le sigue José A. Alonso, creador de una serie de programas que más tarde se toman como punto de partida para la creación de un estilo. Además de recitador y locutor sobrio, populariza la animación vivaz. Dentro del programa *Hora auténtica*, espacio noticioso político, a principios de la década del 30, ya

con una gran audiencia, se da a conocer Manolo Serrano leyendo los editoriales que escribía el periodista José Rodríguez Díaz. Pronto, tras su estilo y timbre de voz inconfundibles arrastró toda una legión de admiradores.

Siguiéndole los pasos a Arturo Artalejo surge Gaspar Puma-rejo animando programas de música popular.

Humberto de Dios, llamado *El Harold Lloyd Cubano*, se da a conocer como animador de teatro y de la radio utilizando una armadura de espejuelos igual a la que llevó en sus películas el popular artista de cine.

Hasta 1943, en que los hermanos Mestre integraron la CMQ S.A., los locutores leían o no lo que iban a decir; o sea, que el texto no era obligatorio, así que cada locutor, de acuerdo con las directrices del anunciante, leía o no los «guiones» que se le entregaban. Sólo se leían las menciones, que en muchas ocasiones improvisaban. Esto sucedía en CMQ cuando su audiencia era la mayor obtenida por ninguna otra emisora en Cuba.

Volviendo a la década del 30, René Cañizares (*Kañita*) fue el primero que impuso un estilo como narrador deportivo y popularizó la frase *ahí viene la bola...*³⁹

Y sin que sigamos un orden cronológico, surge Luis Aragón. Locutor y hombre de negocios. Sobresale por su estilo sobrio dentro de un género muy variado, en un espacio que tituló *Hora Múltiple* y del cual era director.

Con Marcelo Agudo narrando los episodios de Chan Li Po (primer espectáculo de continuidad del género detectivesco), nace el locutor actor y se crea el narrador dramático, disciplina esta que continúa el actor Carlos Badías.

Como nota de colorido se impone Gabriel Tremble, el animador mentiroso y campechano que en tono exageradamente feriado e hiperbólico crea un auditorio imaginario, donde «los miles de oyentes presenciando su espectáculo» hacen de su forma de actuar una característica.

39 La frase «ahí viene la bola...» se origina en 1931. René Cañizares se la oye decir a un narrador en Yankee Stadium describiendo un juego.

Y logrando dentro de la animación una especialidad, Rafael Ruiz del Vizo (*Siboney*) hablaba para el campesino en tono ameno y criollo. En este estilo de animación le precede Luis León Acosta, infiltrándole a los programas de controversias una dinámica inconfundible.

A mediados de la década del 30, se destacan Matías Vega y Raúl Vianello como animadores del programa musical *Concierto de la levadura Fleishman*, primer programa sinfónico que salió al aire.

Y no pudiendo faltar la excepción de la regla, se adentra rápidamente en el oyente don Pablo Medina, como le llamaban, o «un tal Medina», como él se hacía llamar, cuyo timbre de voz, dinámico, viril, manejaba a su antojo.

También Germán Pinelli se hace sentir como locutor, actor, animador y cantante, el que a veces, dando una pincelada a su actuación, toca el piano.

Y en este ir y venir de nombres surge en RHC Cadena Azul Ibrahím Urbino, imprimiéndole una dinámica distinta a la noticia.

Con impecable dicción, Julio Martel, que se inició como locutor en la CMCY, hablando en inglés, fue otro de nuestros valores, manteniendo un estilo depurado, cuyo agradable timbre de voz lo situó rápidamente entre los mejores de su época. Su vasta cultura y dotes de redactor, pronto fueron aprovechadas en la Dirección de Programas, a cuya producción siempre le impartió un sello personalísimo.

Y ya que hablamos de ese sello que ha caracterizado a algunos locutores en nuestro medio, no podemos omitir a quien fuera uno de los hombres más populares de la radiodifusión cubana: Laureano Suárez. Dueño de la emisora CMBL, Radio Cadena Suaritos, y su principal locutor, llamado por toda Cuba *Suaritos*, pudiéramos decir que fue el creador del juego de palabras «no es lo mismo...» «No es lo mismo Suaritos dando su hora... que una hora sudando Suaritos»; «No es lo mismo dientes de pasta... que pasta de dientes»; «No es lo mismo Suaritos tiene sesos... que se sostiene Suaritos»; «No es lo mismo un baile en el Centro Asturiano... que un asturiano en el centro del baile»; «No es lo mismo una almendra chiquita... que una chiquita almendra»; «No es lo mismo Suaritos jugando con un niño... que un niño jugando con su arito» Y así hasta el

infinito... Aunque era cubano, nacido en La Habana, su pronunciación era totalmente castiza, cosa esta que explotó entre la colonia española, principalmente los comerciantes.

Como era el único que anunciaba de esa forma, pronto encontró imitadores que, por supuesto, jamás pudieron hacer otra cosa que imitarlo. Nosotros diríamos que más que locutor fue un gran vendedor con mucha imaginación, que implantó en Cuba la radio cadena de discos, a la que él llamó Radio Cadena Suaritos. A él se debe la idea de decir en medio de un número musical, instrumental o cantado, el nombre de su radioemisora, para evitar que otras le piratearan la pieza musical.

El desaparecido doctor Luis A. Vilardel, abogado, fue uno de los pocos estudiosos de nuestro medio. Con una visión muy amplia de la necesidad de la superación y del estudio de todo aquel que se desenvolvía en nuestro ambiente utilizando su voz, además de impartir clases de locución, escribió un libro que tituló *Microvoz* que estimamos, teniendo en cuenta la época en que se publicó, ha sido el mayor esfuerzo realizado por hacer de la locución un arte. El estilo sereno, la clara dicción y entonación precisa en cada momento, lo convirtió rápidamente en uno de los locutores más destacados de la década del cuarenta.

Juan José Castellanos, narrador de *La novela del Aire* en pleno monopolio radial, impone su fluidez de palabra, cuyos matices marcan dentro del estilo romántico una escuela.

Y como reverso de lo anterior, después de Mario Barral, creador del llamado tono feriado, surgen Raúl Dubreuil y Raúl Dagnerí. El primero, en pareja con Ernesto Casas, inicia el noticiario relámpago. Era tanta la rapidez con que hablaban, que a veces no se entendía la noticia.

En medio de este proceso surge, recitando en programas de media noche, la voz melosa de Núñez de Villavicencio, *Narciso* de la locución.

La novela radial se adentra en el pueblo y crea el hábito en el oyente. Los escritores descansan en los narradores; su aporte es decisivo en la audiencia, a cuyo efecto los anunciantes se disputan los mejores a medida que surgen nuevos nombres.

Después de Juan José Castellanos, Luis López Puente, narrador-actor, continúa el camino que marcara Marcelo Agudo. Lo siguen José Armando Vidal y algunos más.

Y en estilos opuestos, José Alberto Íñiguez, Eusebio Valls y Xiomara Fernández, por primera vez una voz de mujer unida a la de dos hombres (en la CMQ Radio Centro), crean un estilo en la animación de programas musicales.

Cierran la década del cincuenta los hermanos Modesto y Roberto Vázquez, de estilo sobrio y clara dicción.

Si analizamos a vuelo de pájaro la evolución de la locución en Cuba, nos damos cuenta de cómo cada etapa está representada, aunque no aparecen todos los nombres, por una o más figuras que en aquel instante crean un estilo.

A Raúl P. Falcón, Remberto O'Farril, Miguel Buendía, José Antonio Alonso, Raúl Vianello, Matías Vega, Julio Martel, Luis Vilardell y Luis Aragón, sobre todo este último, los caracteriza la sobriedad.

Marcelo Agudo crea el narrador-actor, y José Antonio Alonso y Germán Pinelli inician la fórmula de decir en lugar de leer, a la hora de animar.

Arturo Artalejo, y Gaspar Pumarejo más tarde, anuncian ligeramente ferias las canciones e intérpretes del género popular.

Raúl Dagnerí y Raúl Dubreuil, con Ernesto Casas, venden y dan noticias a gritos; no dicen, pero imponen una forma.

Mientras Gabriel Tremble acentúa el superlativo en la animación, Ruiz del Vizo llega al campesino hablandole en forma fácil y comprensible.

Y en medio de la lucha de vender o decir, o decir para vender, se va formando una legión de locutores con un sentido erróneo de su verdadera misión.

La llegada de la TV hace desaparecer voces que ya están metidas en el público, porque no les acompaña la figura, y la discriminación racial se acentúa al ser vetados unos y vejados otros.

El nuevo medio dio a conocer locutores que, de no ser por este vehículo, posiblemente jamás se hubieran destacado.

Como dato interesante, debemos explicar que hasta los inicios de la década del cincuenta, existía en las pequeñas emisoras el tipo de locutor «araña», y no por su estilo de decir, sino por el de actuar. A la vez que presentaba un número musical ponía el disco, manejaba la consola, decía las menciones, atendía el teléfono, que lo tenía al alcance de la mano, y una

vez más que otra grababa del aire los números que salían por otra emisora.

Como era de suponer, este le ahorraba al dueño de la emisora más de un empleado —inclusive el mozo de limpieza—, ya que el locutor a su vez realizaba esta labor.

LA LOCUTORA

Después de las pioneras de la locución: Zoila Casas Rodríguez en la 2LC, Esther Sabater en la CMGE de Cárdenas, Enma Lopeseña en la CMW, María Luisa Casas en la CMCD Voz del Aire, Angélica de Céspedes en la CMBZ Radio Salas, Joaquina Nuño en la CMCA, Bellita Borges —primera locutora cuya voz identificó a la radioemisora Mil Diez—, y de Xiomara Fernández, y algún que otro nombre que escapa a nuestra memoria, pasaron varios años sin que interesara seriamente la idea de colocar mujeres como locutoras.

Sin embargo, después de la CMKW, en Santiago de Cuba, es en la emisora CMCX, 1060, donde se inicia un radio reloj —de 6 a.m. a 12 de la noche, con el nombre de Radiohora—, en que intervienen sólo mujeres. Son ellas: Hilda Saavedra, Marta Velazco, Maruja García, Georgina Almanza, Dulce María Corbelle, Pilar Clemente, María Luisa Boath y Rosa María Hurtado.

Radiohora, aunque duró más de dos años, no tuvo mayor trascendencia, y continuó el locutor como dueño y señor del éter. Las compañeras actrices a veces alternaban este trabajo con la locución.

No fue hasta la década del cincuenta, con el advenimiento de la televisión, cuando comienzan a oírse los nombres de Yolanda y Carmen Pujols, que ya en la CMKW habían trabajado como locutoras fijas en el espacio *Reloj del aire*, una imitación de Radio Reloj.

Y continúan los nombres con Alicia Fernán, *Conchita* García, *Consuelito* Vidal, Margarita Balboa y muchas otras que la televisión popularizó, al cubrir sus imágenes las pantallas, sobre todo al anunciar artículos para el uso personal de las damas.

A pesar de ello, la opinión que prevalecía en los dueños de emisoras era que para vender, aunque a veces las unían a la voz

de un locutor, la mujer tenía un campo muy limitado, ya que las simpatías del hombre decidían, a la hora de comprar, en las amas de casa.

Este criterio limitó a la locutora radial, casi todas artistas, y en cuanto a la televisión, la modelo la desplazaba en muchos casos.

De pronto, las locutoras artistas, al igual que los locutores que tenían esa dualidad, se vieron limitadas, ya que la corriente de rechazo indirectamente era respaldada por los que controlaban el Colegio Nacional de Locutores, los que mediante un acuerdo les prohibieron trabajar si no tenían título.

Como las entradas por concepto de actuación eran mayores, muchas, aunque se sometieron a examen, prácticamente no ejercían como locutoras, convirtiéndose en una opinión bastante generalizada que como «anunciadoras» gustaban algunas, pero como locutoras en sustitución de los hombres, en emisoras donde tenían que realizar todas las especialidades dentro de la locución, no agradaban al oyente. Como los dueños de radioemisoras pensaban igual, la locución, en la mujer al arribo de la Revolución no pasaba de una que otra voz identificada a una firma que le pagaba por su exclusividad.

Cuando la Revolución triunfó, en la voz de Violeta Casals tuvo la locución femenina a su mejor representante. La frase de «Aquí, Radio Rebelde», pasará a la historia como símbolo sonoro del inicio de la revolución radial.

CANTIDAD CONTRA CALIDAD

Aprobado el mínimo y el *superavit*, meses después se echó de ver el inconveniente del nuevo sistema. Al producirse las ganancias por la mayor cantidad de programas acumulados en el mes, los artistas empezaron a preocuparse por trabajar *más*, y no por actuar *mejor*. La empresa los calificaba por cantidad y no por calidad, y se dio lugar a los problemas siguientes:

1. Un exceso de trabajo, para acumular actuaciones, creó un estilo mecanizado en los artistas. Sin tiempo para repasar y estudiar un papel, surgió el hábito de leer bien los libretos, adoptando una forma standard para todos los personajes.

2. Para cubrir la «cuota» había que aceptar todo lo que se ofreciera. Muchas figuras intervenían en programas de pésima calidad, o aceptaban papeles que no se ajustaban a sus condiciones personales, aunque ello representaba una pérdida de prestigio profesional. Lo que se buscaba era *acumular* actuaciones, cubrir el camino y elevar el *superávit*.
3. Artistas de calidad, especializados en un tipo de actuación, o con un sentido responsable para interpretar sólo aquellos papeles que se ajustaban a su temperamento, se vieron preteridos y desvalorizados, ya que, según la empresa, ellos «no cubrían el mínimo» y dejaban pérdida.
4. Elementos audaces, con frecuencia de una mediocridad artística probada, lograban intervenir en gran número de audiciones, dándose el caso absurdo de que figuras de inferior valor profesional obtuviesen elevados salarios por el *superavit*, y gozaban ante la empresa de un injustificado mérito, nacido de un criterio que no juzgaba la calidad del artista, sino que medía su valor en una operación de contabilidad. El arte radial se empezó a calcular con una tabuladora de la IBM.

Era lógico que ocurrieran las excepciones inevitables. Buenos artistas obtuvieron *superavit*, debido a que se les solicitaba insistentemente en casi todos los programas. Y también se dio el caso de figuras modestas que se desarrollaron en rápido avance hacia el «estrellato», debido a su superación y a la cantidad de trabajo realizado, que multiplicó sus experiencias. Por último, hubo figuras de prestigio que no aceptaron esas combinaciones, y se mantuvieron en el plano digno de interpretar un número limitado de programas y hacerse pagar su calidad excepcional. Pero esas excepciones no lograron impedir los defectos generales que causó el abuso de la acumulación de actuaciones.

LOS HILOS DE LAS MARIONETAS

Hemos calificado de ingenuos a los que se entusiasmaron con el método del *superavit*. Y la razón es evidente: pronto se estableció un control de las actuaciones, a través de las ramifi-

caciones complejas que integraban el mecanismo de un Departamento de Programas en cualquier cadena radial.

Para el monopolio radial, artistas, locutores y directores eran simples marionetas, que se manejaban desde arriba por unos hilos invisibles. He aquí cómo se movían los hilos:

1. Si se daba el caso, imprevisto, de que un artista con un mínimo de actuaciones muy bajo desarrollaba luego un alto promedio de *superavit* permanente, la Empresa le proponía enseguida un nuevo arreglo. En el nuevo contrato, mediante un ligero aumento del sueldo mínimo, se le extendía el número de actuaciones a cubrir, en tal forma que le resultaba prácticamente imposible mantener su alto *superavit*. Si el artista se negaba a modificar el contrato (cosa que podía hacer, dado que existía un documento «firmado»), la Empresa respetaba el acuerdo inicial. Pero, como los «repartos» (o asignaciones de programas), se controlaban en el Departamento de Programas, le era fácil a la administración *evitar* que actuase en más audiciones de las que convenía pagarle. De ese modo, el *superavit* quedaba siempre sujeto al control administrativo, y se le rebajaba, por uno o por otro medio, a cualquier figura que, en opinión de la empresa, «estaba ganando demasiado».
2. Cuando estaba próximo a vencer un contrato de actuación, la Empresa aplicaba el mismo procedimiento. Controlaba las audiciones adicionales del contratado, bajando sus liquidaciones. De esta forma, cuando se le llamaba para «renovar el contrato» estaba en una posición favorable para negociar con una figura «que dejaba pérdida» y que, psicológicamente, se sentía en situación de inferioridad para discutir una mejoría en sus condiciones de salario.
3. En los casos inversos, un artista que no cubría nunca el promedio de actuaciones calculado, la Empresa proponía un nuevo arreglo. Le reducía el sueldo básico, con menor proporción de actuaciones a cubrir. Y le ampliaba el margen de actuaciones adicionales, con la supuesta ventaja de llegar al *superavit*, aunque en la práctica, ya en la sección de contabilidad habían comprobado, por medios estadísticos, que nunca llegaría a liquidar pagos extra.

Pero no se detenía ahí el proceso. Aparte de estos controles la Empresa especulaba con sus figuras (revendiéndolas y obteniendo ganancias marginales, como veremos a continuación.

EL ARTISTA: UNA MERCANCÍA

Todo lo que se puede comprar se puede vender. Esa idea de que toda ganancia obtenida en una transacción comercial es *lícita*, se aplicó al medio radial en la etapa del monopolio.

El cambio esencial en la radiodifusión se produjo cuando se creó, como base de la nueva etapa capitalista, el *costo por unidad*.

Anteriormente, los artistas dramáticos se habían valorizado por una serie de factores: calidad profesional, atracción del público y versatilidad. Se les contrataba por un sueldo o una *iguala*, es decir, una cantidad fija promedio. Pero siempre era una cantidad global, considerada razonable de mutuo acuerdo y que representaba una base económica para subsistir.

Cantantes y músicos, que han intervenido siempre con carácter más eventual en programas radiales, también dependían de su prestigio y *popularidad*, y obtenían arreglos de tipo personal.

Fue el proceso del monopolio el que fijó diversas *tarifas de actuación* por métodos contables, demasiado complicados para la mentalidad de la mayoría de los artistas.

Se comenzó por los servicios técnicos. La Empresa fijó un *cargo* por el locutor, por el operador de sonidos, por el operador de efectos manuales. Así, los servicios que se habían venido recibiendo como *parte global* de las facilidades técnicas que se suministraban por la emisora, empezaron a cambiar de carácter.

Desde el punto de vista contable, se convirtieron en *cargos*, y desde el punto de vista laboral adoptaron la condición de *un servicio a destajo*, que el anunciante pagaba por *unidad*.

La primera *tarifa* aplicada a estos servicios, al comenzar la década del 40, fue de uno, dos y tres pesos para operadores de sonido; uno cincuenta y dos pesos para los operadores de efectos, y tres y cinco pesos para los locutores, en cada programa de 15 a 30 *m*, de lunes a sábado. Este fue el primer paso para fijar un *costo por unidad*.

Como era algo que pertenecía a las relaciones entre la planta y los anunciantes, y aparentemente no afectaba las condiciones básicas de locutores y sonidistas, los cuales continuaban con las mismas relaciones con la Empresa, el hecho no llamó la atención y pasó como un mero mecanismo administrativo.

Sin embargo, el concepto de una tarifa por programa movió a los artistas a la revisión de sus tarifas sindicales, y puso en movimiento todo un nuevo proceso de retribución de servicios.

La Empresa, aunque discutía en reuniones y debates, lo que parecía una árida polémica, dejó que los acontecimientos siguieran su curso, orientando la corriente hacia la orilla que previamente había sido cuidadosamente calculada. Se trataba de convertir el arte en un negocio, al artista en una mercancía.

Obsérvese cómo en las tarifas a que hicimos referencia (1947) la RHC Cadena Azul hizo ligeras variantes.

LA RADIO APRENDE CONTABILIDAD

El monopolio aceptó las nuevas tarifas por actuación, pero las cambió enseguida con sus complicados sistemas contables.

Aunque algunas figuras prominentes pudieron mantenerse con sueldos «por encima de la tarifa», la masa radial tuvo que aceptar, necesariamente, el nuevo mecanismo de la unidad de costo, tal como lo aplicaba ahora la Empresa.

Para analizarlo tomemos un ejemplo de cómo se combinaba la tarifa con el método del mínimo y el *superavit*.

Supongamos, como ejemplo promedio, que un artista obtuviera en su contratación un mínimo de ciento veinte y cinco pesos al mes, con la obligación de cubrir la tarifa de tres pesos setenta y cinco centavos por actuación, para integrar su *superavit*.

Cuando ese artista era utilizado por un anunciante, la planta hacía a dicho cliente un *cargo por unidad*. Es decir, el cliente abonaba tres pesos setenta y cinco centavos por utilizar a un artista que a la planta (gracias al contrato de ciento cincuenta programas por ciento veinte y cinco pesos) le costaba a razón de ochenta y tres, coma, treinta y tres centavos.

Si la planta distribuía esos ciento cincuenta programas entre los diversos anunciantes, cobrándoles tres pesos setenta y cinco centavos por cada actuación, percibía una entrada de quinientos

sesenta y dos pesos cincuenta centavos, mientras que abonándolos ella a razón de ochenta y tres centavos, representaban un costo de ciento veinte y cinco pesos con una utilidad marginal de cuatrocientos treinta y siete pesos cincuenta centavos, más del triple de lo que ganaba el artista.

Vemos, pues, que la planta se convertía en *intermediario* entre artista y anunciante, en una operación de compra-venta que convirtió al artista en una mercancía que le dejaba amplio margen.

La justificación ante el artista era que, garantizando los ciento cincuenta programas, la planta le facilitaba una «operación global», algo así como una «venta al por mayor» que justificaba el «descuento por volumen de compra». El artista, de por sí, no podía vender ciento cincuenta actuaciones a nadie que no fuera la planta. Ningún anunciante podía negociar ese «volumen» directamente, mientras que la planta lo distribuía entre varios anunciantes. El artista aceptaba, porque le quedaba la posibilidad de llegar al superávit para una compensación, que sólo se lograba dentro de la planta.

Pero la empresa llegaba a más: de acuerdo con ese tipo de negociación, el artista era un empleado fijo de la planta, con derecho a un mes de descanso por cada once meses de trabajo, de acuerdo con las leyes laborales cubanas.

Sin embargo, la planta traspasaba esta obligación al anunciante, cargándole el nueve cero nueve por ciento de la tarifa (constante legal establecida como pago del descanso retribuido a trabajadores ocasionales), con lo que el anunciante venía a pagar las vacaciones de un empleado de la emisora. Se explotaba al artista y al anunciante. Y para el monopolio, todo era ganancia.

ESTRUCTURA DEL MONOPOLIO

Había que aprovechar toda la fuerza económica que se derivaba de tales combinaciones de costo, operación y utilidades. Una nueva estructura radial, basada en las ventajas del sistema, debía desplazar a las pequeñas empresas, creando unas condiciones de trabajo que no pudieran ser igualadas por los competidores. Y vino una nueva clasificación de los programas, no por su

valor artístico o cultural, sino por su economía, en tres categorías definidas:

1. *Programa Patrocinado: Leonardo Moncada*

Quedó clasificado así aquel que en un anunciante (o varios en asociación) cubrían el costo total del tiempo, servicios técnicos y administrativos y servicios artísticos. O sea, era el programa ideal que dejaba amplias utilidades.

2. *Programa Paquete: La novela Pilón*

Se adopta esta modalidad, importada de los Estados Unidos de Norteamérica, como una brillante idea de «promoción de ventas». Se le daba oportunidad a un anunciante de «probar» a utilizar la radio por un período de seis meses, pagando sólo una cantidad global, un «precio paquete» independiente de su costo real, y sin que se le hicieran *cargos por unidad*. Una prueba más del re juego diabólico del monopolio: después de crearlo, elimina, en casos especiales, dicho costo, y da un programa con rebaja de hasta un cuarenta por ciento de su precio normal.

¿Cómo es posible *contabilizar esto*? Muy simple: en el precio especial con descuento, la planta ha incluido sus gastos reales de operación. Está vendiendo al *costo*, sin ganancias. Pero el máximo del descuento se obtiene, porque los artistas *aceptan*, para ayudar en la promoción de venta del programa, que se les abone sólo la mitad de la tarifa durante el término de prueba concedido al anunciante.

Tenemos, pues, que mientras la planta cubre prácticamente su costo de operación, el artista sacrifica el cincuenta por ciento de la retribución de su trabajo, ya bastante reducido por el sistema de mínimo y *superavit*.

Como es natural, la decisión de que un programa fuera ofrecido como «paquete» la adoptaba unilateralmente la planta, sin consultar con los artistas. Y en la práctica, se pasaba el ciclo de prueba y continuaban las mismas condiciones, bien porque el anunciante obtenía una prórroga, o porque se le daba la misma oportunidad a otro nuevo posible comprador.

Con frecuencia uno o varios artistas, después de mucho tiempo actuando a media tarifa en un programa paquete, eran

sustituídos al ser vendido el programa, perdiendo la oportunidad de seguir actuando cuando ya era patrocinado.

3. Programa de Sostenimiento: El show del mediodía

Una emisora permanece cierto número de horas en continua transmisión. (Usualmente, en Cuba, diez y ocho horas diarias.) En aquellas horas en que no hay un programa patrocinado, ni se ha colocado una oferta de programa paquete, es lógico que la emisora no puede suspender las transmisiones. Tiene que hacer un programa por su propia cuenta, para *sostener* la continuidad de sus transmisiones. Ese espacio, en que la emisora hace un programa propio, es lo que se denomina «programa de sostenimiento».

En el monopolio se le aplicó una sencilla fórmula matemática: en programas de sostenimiento, ¡los artistas no cobraban! Se suponía que, por un esfuerzo artísticos, ellos contribuirían a sostener el resto de la programación, de la cual vivían, y que un programa de sostenimiento, bien hecho y presentado, pronto pasara a ser paquete y hasta llegara a convertirse en patrocinado.

El riesgo y el esfuerzo lo realizaban los artistas. Cuando se vendía, las grandes utilidades las percibía el monopolio.

Sin embargo, entre uno y otro programa de sostenimiento se incluían los llamados espacios de cambios (dos minutos entre un programa que termina y otro que empieza), durante los cuales la planta pasaba anuncios en forma de *menciones*, con las mismas tarifas comerciales para los anunciantes ocasionales.

De lo que venía a resultar que los artistas contribuían al sostenimiento de un tiempo de la programación, durante el cual la planta seguía percibiendo jugosas utilidades por las *menciones comerciales* de los cambios.

Es fácil comprender que, con esta estructura económica, el monopolio radial se colocaba en una situación de ventaja sobre todos sus pequeños competidores.

Con el programa paquete se desplazaba a las plantas chicas, que no estaban nunca en condiciones de ofrecer a un anunciante un programa de la calidad que podía obtenerse por un precio paquete, logrado sobre la base de la reducción del salario a los artistas.

Y en sus espacios de sostenimiento podía ofrecer una calidad que hubiera sido imposible conseguir si el costo de tales programas fuera absorbido por la Empresa.

En cuanto a los programas patrocinados, el monopolio obtenía ganancias marginales que sólo eran posibles por su compleja estructura, contratos exclusivos, mínimo y *superavit*. Toda una complicada contabilidad, que permitía sacar ventajas de los artistas y anunciantes, en niveles imposibles de alcanzar por la competencia. Esa tendencia centralizadora tuvo un aliado: las agencias publicitarias.

EL CONTRATO CON INDUSTRIAS

En la misma medida en que el monopolio y las agencias publicitarias establecían controles para especular sobre la producción radial, las grandes firmas anunciadoras empezaron a considerar la ventaja de independizarse de ambos organismos, creando sus propios departamentos de radio, con locutores, directores, artistas y autores, que respondieran a su propio interés en calidad de empleados de la firma anunciadora.

El movimiento, iniciado desde la etapa comercial de los años 30 por los dos grandes fabricantes de jabones y cosméticos baratos, fue seguido más tarde por otras firmas de menor volumen de negocios. Sin embargo, las pautas fueron establecidas por Crusellas y Sabatés, cuyos métodos fueron luego adoptados por Gravi, como tercer ángulo del famoso triángulo jabonero que desorbitó la producción radial.

Antes de analizar el proceso expansionista que culminó en el ciclo de «la novela radial», debemos consignar algunos detalles y antecedentes, sin los cuales no podría ser comprendido el problema.

Las dos firmas que dominaban el mercado del jabón (y sus productos colaterales: brillantinas, pastas dentales, cremas y cosméticos de consumo popular), aunque conservaban el nombre nacional, habían sido absorbidas prácticamente por los grandes consorcios yanquis que integran el cártel del jabón.

La Perfumería Crusellas, modesta fábrica que en tiempos coloniales creó algunos productos con fórmulas propias, había sido «incorporada» al gran monopolio internacional de la Colgate and Palmolive Peet Corporation.

La Sociedad Anónima Sabatés, vieja empresa española dedicada a la fabricación de velas y jabón de lavar, se incorporó, a su vez, al monopolio rival norteamericano: Procter and Gamble.

Aunque conservaron sus marcas, etiquetas y algunos detalles de tradición que influían en el consumo cubano (ambas empresas fueron ampliadas con capital yanqui) adoptaron métodos de producción más avanzados, y multiplicaron sus productos bajo fórmulas, materias primas y sistemas de operación provenientes de los Estados Unidos de Norteamérica. Es obvio que la dirección y orientación de las dos empresas se ajustaba a los intereses norteamericanos, y que las utilidades se transferían a la casa matriz.

Estas dos matrices tienen un sistema combinado de producir, anunciar y vender sus productos, mediante la fabricación en masa de multitud de artículos de bajo precio, amplios sistemas de crédito y una pequeña utilidad por artículo. Quiere decir que sus ganancias se producen por el gran volumen de ventas, basado en el principio de «ganar poco por unidad, para obtener un amplio mercado masivo que rinda grandes ganancias globales». Tal sistema exige, fundamentalmente, una intensa propaganda y métodos permanentes de «promoción de ventas», tales como los concursos, regalos y otros recursos, más o menos artificiales e ingeniosos, para sugestionar al público y mantenerlo constantemente interesado en comprar multitud de pequeños artículos, que, o no son realmente necesarios, o no tienen una calidad apreciable.

Por supuesto, ese volumen de ventas va apoyado en dos productos básicos, a los cuales sí se les concede una cuidadosa elaboración, a fin de que su calidad sostenga el prestigio de la industria, aún manteniéndolo en una categoría de precio bajo.

Es conocida en toda la América Latina la gran batalla entre los dos consorcios industriales, por acaparar el gran mercado de consumo hispanoamericano, con base en dos productos de primera necesidad: jabón y pasta dentífrica. Ambos artículos, por cierto, son de un alto consumo en Cuba; sobre todo el jabón en sus diversas formas, debido al clima caluroso y a los reconocidos hábitos de limpieza de la población. Los otros artículos colaterales, cosméticos baratos, se «colocaban» hábilmente por los vendedores con una técnica que solían llamar de «convoyar» al producto básico.

Un refuerzo en la propaganda y los concursos de tales firmas se produjo con la introducción en el mercado de los nuevos polvos *detergentes*, que se unieron a la línea de artículos *básicos*.

Frente a los dos colosos yanquis, la firma cubana Laboratorios Gravi, que se iniciara elaborando una pasta dental de gran consumo comenzó a expandirse, al introducir jabones, cremas y cosméticos, que rivalizaban en el mercado nacional con las marcas de origen yanqui. Pero, aunque con capital cubano, esta firma operaba siguiendo los mismos métodos publicitarios de la escuela norteamericana, en una escala más reducida, ya que no pudo llegar al mismo nivel de producción masiva, sobre todo al no poder instalar, por falta de capital, una planta de elaborar detergentes.

En menor escala, introdujo también métodos de promoción por la radio, la Sterling Products International (Cártel Bayer), para sus analgésicos y medicinas populares, aunque no llegó a tener en Cuba la misma influencia que ejerce en otros países latinos como gran anunciante radial, a través de su empresa afiliada The Sydney Ross Co.

Estas fueron las industrias que establecieron sus métodos independientes de producción radial, sobre la base de arrendar un tiempo en la emisora y realizar todas sus producciones con personal propio, contratado directamente por cada firma. Aunque existieran ligeras variantes en el mecanismo interno y diferentes niveles de sueldo en casos especiales, los métodos de trabajo pueden ser considerados como normas similares entre todos los departamentos radiales, y por ello influyeron de una manera categórica en el desenvolvimiento y la evolución del programa radial.

ARTE Y PUBLICIDAD

La técnica de anunciar empieza a consolidarse durante la década del 40, y se introducen en Cuba los principios teóricos y las normas prácticas desarrollados en los Estados Unidos de Norteamérica en la nueva disciplina conocida como la *publicidad*.

Es necesario consignar lo siguiente: la publicidad es una técnica, una moderna aplicación práctica de ciertos principios

científicos, para producir resultados exactos. El uso que suele darse a esa técnica y su *abuso*, al aplicarla en forma irresponsable sobre el cuerpo social, han provocado una actitud de prevención y repulsa hacia los métodos de publicidad comercial. No debemos, sin embargo, confundir la ciencia de la publicidad (una serie de conocimientos humanos de gran valor social), con los errores o las arbitrariedades cometidas por algunos publicitarios y sobre todo, por muchos improvisados que con el título de «expertos en publicidad» sólo saben cubrir una total mediocridad y una irresponsable conducta profesional.

Una aplicación correcta de los principios publicitarios llevada a cabo por un reducido grupo de creadores en programas experimentales, dio una nueva estructura a algunos espacios radiales. Sin embargo, el sistema, al evolucionar hacia una etapa de monopolio, fue excluyendo sucesivamente a todos los elementos con inquietudes renovadoras, cuyo temperamento tiende a ser radical en sus concepciones, y se fue centralizando en un pequeño grupo de oportunistas, cuya habilidad fundamental consistía *en decir que sí* a cuantos disparates y arbitrariedades surgían en la mente de los industriales anunciadores.

El arte pasó a un plano secundario. Se dejó de valorizar el concepto de artista, término que empezó a tener una nueva significación despectiva. Ser artista representaba ser «bohemio», «irresponsable», «temperamental», «conflictivo».

En cambio, se impuso un nuevo tipo humano: el *publicitario*. Hombres y mujeres que vestían elegantemente, hablaban inglés, entendían mucho de negocios, usaban espejuelos aunque no tuvieran defectos en la vista, y... por supuesto: no tenían ni una sola idea propia en la cabeza. Ese era, precisamente, el tipo ideal de personalidad que necesitaba el monopolio: gentes que no estuviesen aferrados a ninguna idea. Para encontrar *ideas de venta* (que eran las que se buscaban), bastaba echar mano de los libros en inglés y las múltiples revistas norteamericanas que inundaban el mercado nacional.

Este clima concretó la alteración de valores: el programa radial se convirtió en «un pretexto para hacer un buen anuncio».

PRODUCCIÓN EN SERIE

Al establecerse el interés primario del anuncio por encima de toda demanda artística, se modificó el modo de concebir, contratar y realizar los programas.

En vez de una audición cuidadosamente ensayada, pulida en sus detalles, una obra de arte capaz de crear un punto de gran interés de audiencia, se fue a la línea del hábito.

Cada anunciante produjo una serie de programas, reunidos y escalonados de tal forma, que se hiciera una costumbre oírlos, y una vez creado el *hábito de audiencia* disponer de una masa fija de oyentes sobre la cual golpeaba constantemente con la percusión publicitaria de su *mensaje de venta*.

La producción masiva de programas en serie exigía la simplificación, la mecanización, la reducción de costos y la limitación del tiempo de espectáculo a favor del tiempo para el comercial.

Así se perfeccionaron las *ideas* para programas, que siempre eran la misma cosa: una línea argumental simple y superficial; dos *estrellas* como protagonistas, rodeados de tres o cuatro figuras secundarias. Los mismos ruidos y efectos musicales repetidos mecánicamente, y las mismas melodías pegajosas usadas como temas y fondos de identificación.

Actrices y actores con talento y experiencia, se vieron ante la imposibilidad de crear ningún estilo de expresión; directores responsables tuvieron que limitarse «a dejar leer» aquellos libretos sobre los cuales era inútil intentar matices ni aplicar recursos técnicos o efectos artísticos.

La *línea del hábito* pasó de la audiencia al estudio: surgió «la voz de novela», y, poco a poco, todas las actrices y todos los actores hablaban con la misma entonación, con el mismo acento, casi con el mismo timbre. Se mecanizó de tal modo el estilo de interpretación y producción de los episodios y novelas, que ya no se distinguía un grupo de otro nada más que por el anuncio que se daba en cada audición respectiva.

Una simple lectura bastaba para «ir al aire». Se daban casos de artistas que se enorgullecían de poder interpretar el papel sin haberlo leído. La trasmisión «a primera vista». Y no tenía nada

de extraño: el papel de hoy era exactamente la misma serie de tonterías y frases superficiales que ese actor venía leyendo desde varios meses atrás. ¡Podía hacerlo sin leer: *de memoria!*

En cambio, en el comercial se derrochaba talento, imaginación, recursos de toda índole. Nuevas músicas, efectos sonoros, voces originales y juegos de palabras de ingeniosa repetición, para obtener el *impacto publicitario* y fijar en la mente, mediante sutiles recursos nemotécnicos, la marca y el mensaje de venta.

Era una producción masiva, donde los programas, al igual que los productos anunciados, eran baratos, elementales, de calidad inferior, pero producidos en grandes cantidades, para impresionar por su volumen publicitario y no por su valor como unidad.

LA LÍNEA DEL HÁBITO

Los métodos de fijación de audiencia adoptaron recursos diversos, pero los procedimientos más generalizados pueden considerarse en dos categorías: fijación por continuidad y fijación por simpatía.

Fijación por continuidad.

Al mantener por un largo período de tiempo un programa con la misma factura, artistas y temas generales, el público se va acostumbrando a sintonizar un mismo espacio a una misma hora. Llega un momento en que el oyente, aunque no le guste el programa, o lo encuentre *flojo*, lo oye *por hábito*.

La continuidad adopta dos formas básicas:

- a. Serie radial diaria. Episodios, novelas o humorismo, con una misma trama que deja pendiente su acción de un día para otro, estableciendo en el oyente una ingenua curiosidad por saber «qué va a pasar mañana».
- b. Bloque de programas. Presentación sucesiva en un mismo día de varias audiciones cortas, seguidas una de otra, para obtener una variedad de temas que logre interesar a distintos

tipos de audiencia, y mantenga la sintonía de una masa extensa durante una o dos horas de transmisión. La fórmula usual del Bloque es una combinación de programas de media y cuartos de hora, para cubrir espacios estelares en los turnos de mayor sintonía: de 7 a 10 p.m.

Fijación por simpatía

Se atrae a la audiencia creando un foco de interés, independiente de la calidad o valores artísticos del programa. Los principales motivos de atracción eran los siguientes:

- a. *La pareja romántica.* Una actriz y un actor, convertidos en «ídolos» por una elaborada publicidad personal, como protagonistas fijos de distintos temas de índole amorosa. El público tiende la línea del hábito sobre la pareja, y ya no le concede importancia al programa en sí. Este recurso se reforzaba cuando se tejía alrededor de los artistas el *chisme* de un idilio personal en la vida privada, dando la ilusión al público de que asistía a una real escena de amor, de morbosas repercusiones, cuando los escuchaba por la radio.
- b. *La trama detenida.* Un conflicto del argumento, deliberadamente, era extendido, retardando su solución. Aunque el público sabe lo artificial de ese recurso, no puede sustraerse a la curiosidad de seguir el programa hasta conocer el desenlace.
- c. *El concurso radial.* Asociado a la venta y consumo de un producto, el programa ofrecía multitud de premios, desde casas y automóviles, hasta pequeños objetos de uso diario. El costo de tales «regalos» se cubren con márgenes añadidos al precio normal de venta del producto anunciado y, en parte, con una cantidad apropiada del presupuesto de propaganda, con la cual se financia el Concurso.

Resultado: la calidad es reducida en el producto y en el programa, para sostener una artificial promoción de venta. Cuando la audiencia es atraída por un Concurso, ya no estima la calidad del entretenimiento, ni exige ningún nivel artístico, dado que su interés por el programa obedece a otra categoría de *motivaciones*. La compulsión de *ganar el premio* es lo que determina y fija su línea del hábito.

De esta forma, el monopolio mantiene su *círculo vicioso*: no eleva la categoría cultural de los oyentes y explota su limitación social-económica, por medio de remedios transitorios que mantienen una ilusión: tener casa propia, poseer automóvil.

Todo lo contrario de la verdadera función social que debe cumplir la radiodifusión, que es la de promover la elevación masiva de la cultura popular y crear en el individuo una disposición mental: la de buscar en el trabajo y en la mejor organización social una justa y real solución para el problema colectivo de la existencia.

El primer síntoma fue la adopción estricta de patrones norteamericanos en la forma de concebir, planear y ejecutar los programas. Ello forma parte del proceso de penetración imperialista, que intenta crear una mentalidad pro-yanqui en la población latinoamericana.

Esto acabó de borrar los últimos vestigios de la herencia teatral española tradicionalista: el drama y la comedia. Tal como se habían presentado en los inicios de la radiodifusión, desaparecieron totalmente, con sus intérpretes más señalados.

Pero, lejos de introducirse las modernas tendencias dramáticas que agitaban a Europa y a la propia Norteamérica, bajó el nivel artístico y cultural, al tomarse como patrón de diseño de los programas, *fundamentalmente*, el interés comercial del patrocinador.

En este momento radial se produce otra inversión de valores. Ya no se trata de ofrecer al público aquellas manifestaciones artísticas que tradicionalmente han formado el cuadro cultural de la nación: Obras teatrales famosas, óperas y zarzuelas, etcétera.

Los «jaboneros», que persiguen un mercado *masivo*, desdeñan el tipo de entretenimiento de las minorías «selectas» de zona urbana.

Hay, por otra parte, un grupo de escritores y artistas con inquietudes, deseosos de ir a la *búsqueda* de nuevas formas de expresión; productores con imaginación, ansiosos de *crear* en el medio radial técnicas modernas y aplicar ideas nuevas. Pero los industriales no están dispuestos a invertir sus presupuestos en experimentos radiales ni renovaciones estéticas. Les interesa el mercado: su objetivo es vender. Necesitan un mercado de

masa y desean interesar a las masas. Fue una excelente oportunidad para iniciar un gran movimiento cultural, ya que se contaba en ese momento con una gran energía humana: escritores, productores y artistas, en cantidad y variedad suficientes para haber desarrollado todo un movimiento de cultura radial.

Algunos esfuerzos aislados: innovaciones en la estructura de programas, técnicas modernas y libretos de interés humano, no hallaron eco en el proceso monopolista, porque los oyentes se empezaron a ver como *consumidores*.

Para convertir en un arma de venta la chabacanería, la mentira y la histeria en que trataban de sumir a la juventud, la radio y la TV descansaban en su personal publicitario para «enajenar» al pueblo.

Los programas, de cualquier género que fueran, eran interrumpidos por frases de este tipo:

«Arrímese a Candado para que usted y su familia empiecen el año con dinero.» «Si necesita dinero o quiere tener casa propia, corra a comprar Palmolive.» «Ahora sí que Colgate le resuelve su problema o su capricho.»

Es decir, el problema del pueblo se solucionaba sin el menor esfuerzo, con sólo enviar las etiquetas de Gravi, Colgate, Candado, Palmolive, etcétera.

O bien en términos tan groseros como:

«Una tonga de gusto.» «Rompió el sabrosómetro.» «¿Tiene usted el gusto joven?» «¡Que Tres Medallas te acompañe!» «¡Ave María, Pelencho, qué bien me siento!»

En cuanto a tratar de penetrar el gusto de la juventud, baste decir que a los cantantes y actores, extranjeros o del patio, con condiciones o sin ellas, se les creaban los mecanismos mediante un sistema de publicidad, que alcanzaba desde un historial artístico prefabricado, hasta aprovechar única y exclusivamente su cara o su figura para llamar la atención.

En toda esta etapa, mediante una cantidad irrisoria que se le pagaba a un grupo más o menos numeroso de muchachitas necesitadas, se montaba un show o programa donde las mismas aparecían aleladas, embobecidas para, terminado el programa, lanzarlas a aplaudir y gritar sobre el «divo», en busca de un autógrafo o frase que aplacara la desesperación por conocerlo de cerca.

Otras veces, de acuerdo la emisora, el anunciante y el equipo de creadores, entraban en juego los fotógrafos y noticiarios para dejar constancia de los fingidos desmayos y peleas entre las muchachas que se abalanzaban sobre el artista, dando la sensación de haber sido atrapado por feroces Amazonas.

Entre otros, esto se hizo en *De fiesta con los galanes*, programa que nosotros creamos aprovechando la popularidad de cinco galancetes que trabajaban en la CMQ de Radio Centro; con Pedrito Rico, y también con Luis Aguilé. Este último, después de ser presentado en estudios de público, fue llevado a estudios cerrados de TV; lo situaron sobre una enorme rosa de los vientos pintada en el piso, y fue rodeado solamente por mujeres que perdían el habla al escuchar su voz.

No había, por tanto, interés en elevar el nivel intelectual de las masas, sino en mantenerlas con suficiente grado de desorientación para que no concibiera cambios fundamentales. Y en vez de aprovechar la gran corriente renovadora que latía en el ambiente, se comenzó a explotar, precisamente, toda la debilidad cultural de una audiencia masiva, cuyo nivel promedio, en toda la América Latina, tiene que ser, forzosamente, dado al sistema imperante, bajo. Lo morboso, lo superficial, la superstición y el humorismo de tipo procaz, se adueñaron del éter, en sólidas programaciones de episodios y bloques radiales. Así lo hacían en los Estados Unidos de Norteamérica «y los americanos saben lo que hacen». Tal era el criterio cerrado de los nuevos «genios» que llegaron con un librito yanqui debajo del brazo.

EL ARTE INDUSTRIALIZADO

Los llamados departamentos de radio, creados como una sección de algunas industrias, estaban orientados por tres tendencias básicas:

1. La sobrestimación de los métodos de venta, en detrimento de las exigencias artísticas o técnicas del medio radial.
2. La aplicación indiscriminada de modalidades norteamericanas, sin tener en cuenta que procedían de otro medio, con hábitos, tradiciones y recursos distintos al latino.

3. La influencia de los «métodos de Hollywood» en la promoción y valoración de artistas, ya que, por no haberse creado normas ni reglas adecuadas sobre el arte radial, se tomaba el cine como referencia. Y la producción en serie, la creación de «ídolos» y la falsa promoción de valores mediocres (programas e intérpretes) por medio de la propaganda masiva: portadas en colores de las revistas, entrevistas y reportajes, y una campaña de publicidad personal sobre la vida privada de las «estrellas», a las cuales se convertía en seres portentosos. A ello contribuían notablemente las «Secciones de Radio» que, en todos los periódicos y revistas, se dedicaban a ensalzar los méritos y genialidades de artistas, directores y patrocinadores de programas, mediante una «iguala mensual», en la que se tarifaba de modo práctico y confidencial cada objetivo.

Los mejores sueldos de la etapa, por supuesto, surgieron en el campo industrial. Los anunciantes, al contratar directamente a un grupo de artistas, eliminaban los recargos y tarifas que aplicaba la planta (o cadena radial), al servir de intermediaria. Por otra parte, sus costos se limitaban al espacio de sus propios programas, y no tenían que recurrir a las combinaciones administrativas que se veía precisada a hacer la cadena para cubrir los costos de operación de «sostenimiento». Había, por tanto, dos factores financieros que permitían al industrial colocar una oferta de sueldo más alta en el mercado radial.

En adición, un contrato de ese tipo obligaba a trabajar sólo en los programas de una firma, es decir, menos horas de trabajo.

No es extraño, por tanto, que los artistas prefirieran el contrato de exclusividad con alguna firma privada, que variaba desde trescientos pesos para figuras de conjunto, hasta sueldos entre quinientos y ochocientos pesos al mes para figuras estelares.

En casos excepcionales —figuras dramáticas que habían obtenido una especial atracción como personajes de algún espectáculo, y «parejas románticas» que movilizaban muchos oyentes—, los sueldos *confidenciales* llegaban hasta mil y más pesos al mes.

Ciertos elementos con capacidad para actuar y dirigir se contrataban en forma combinada, percibiendo dos o tres asig-

naciones que llegaban a combinar, mensualmente, los mil pesos.

Ciertos actores y directores hicieron ajustes de doscientos cincuenta pesos por un programa, pero se les asignaban cuatro espectáculos de radio, lo que al mes representaba el mismo nivel de mil pesos.

En cuanto a los cómicos, por un solo programa fijo percibían los salarios más altos, cuyo nivel alcanzó un máximo de mil doscientos pesos mensuales (a cada uno) a la pareja cómica de más arraigo, que actuaba dos veces en el día en juguetes cómicos de doce minutos. Este fue el caso de Garrido y Piñero.

Los artistas menos destacados quedaban obligados, por un sueldo mensual fijo, a intervenir *en todos* los programas de la firma. A veces el número de programas representaba, por tarifa, una cantidad mucho mayor que el sueldo asignado. Pero esta condición era aceptada a cambio de tener trabajo permanente. Sin embargo, el anunciante tenía la facultad unilateral de no renovar el contrato, y se ponían cláusulas para anularlo bajo ciertas condiciones, garantizando los privilegios del patrocinador.

Aunque, incuestionablemente, las relaciones directas con el anunciante produjeron un mejor nivel de vida a un grupo de artistas, debemos considerar este aspecto de «los grandes sueldos de radio» tomando en cuenta los puntos siguientes:

1. El salario radial lleva incluido, además de la actuación, el tiempo de ensayos, reuniones y, en muchos casos, el de grabaciones nocturnas y de madrugada. El número de horas trabajadas, en relación con el salario, representaba un «jornal por hora» igual al de cualquier obrero especializado.
2. Comparativamente, una obrera empaquetadora de cigarros ganaba tanto o más que una actriz radial y, sin embargo, esa misma obrera solía asombrarse de los sueldos que se pagaban en la radio.
3. Obligado a vivir en un medio ostentivo, el artista tendía a mostrarse más opulento de lo que era en realidad: autos llamativos, ropa lujosa... eran *alardes* necesarios, símbolos externos del triunfo. Los artistas reforzaban su posición invirtiendo gran parte del sueldo en lujos superfluos de «triunfador», aunque en privado sufrieran necesidades.

ARTISTAS Y PROLETARIOS

Hemos visto que los artistas, mediante su contrato radial, pasaban a ser empleados fijos de una industria. Hubiera sido lógico que los obreros de esa empresa recibieran al núcleo artístico como parte integrante de la masa proletaria.

Lejos de ello, los obreros vieron siempre al núcleo radial como un grupo humano *distinto* y, en muchos casos, *rival*.

Este fenómeno es uno de los más sutiles síntomas que permiten analizar el proceso monopolista. Porque fueron los propios industriales los que, con ingeniosa táctica *divisionista*, se encargaron de mantener el aislamiento entre ambos sectores. En muchos casos, la división llegó a ser física, y las oficinas del personal de la radio se instalaban en local aparte.

Pero la raíz del hecho está en una falacia infiltrada en la masa trabajadora, a la que se le hizo creer que los gastos de propaganda impedían aumentar los jornales.

Al tener noción de las grandes sumas que invertía la empresa en programas radiales, los trabajadores llegaron a pensar que «los artistas» estaban sustrayendo altos presupuestos que podían ser mejor aplicados en el aumento de salario para el resto de la masa laboral.

Lo que a primera vista parece un planteamiento lógico era, en realidad, un arma psicológica de la industria para utilizar la radiodifusión como agente de ventas, sin correr el riesgo de que la dinámica radial pudiera ir a reforzar las luchas sindicales.

Aplicando una vez más el lema de «divide y vencerás», los monopolistas mataban dos pájaros de un tiro, al establecer y estimular la total desconexión del cuadro artístico con el resto de los trabajadores, proletarios. Analicemos qué perseguían.

¿QUIÉN PAGA LA PROPAGANDA?

Sobre este asunto se ha especulado y tergiversado por muchos sectores, que opinan sin una información adecuada. Un análisis cuidadoso nos permitirá llegar a conclusiones satisfactorias.

Fijemos, en primer lugar, un hecho concreto: ningún industrial gasta en propaganda cuando el artículo puede venderse por

sí mismo, o dicho de otro modo, cuando una intensa demanda de consumo del producto presiona su venta.

Los grandes presupuestos publicitarios (dentro de los cuales una gran parte se dedica a la radio), se aplican para forzar la venta cuando ésta no se produce de manera espontánea.

Quiere decir que la propaganda, en el concepto capitalista, es un instrumento para resolver dos situaciones típicas: baja demanda en el consumo, alta competencia de marcas.

1. *Baja demanda en el consumo*. Cuando un producto no llena una necesidad real del consumidor, hay que *inducir* al público a comprarlo.

En esta clasificación entran todos los cosméticos, artículos suntuosos y «novedades» innecesarias, que se ponen de moda mediante una acción sugestionadora. La mayoría de los aparatos e implementos domésticos: refrigeradores, lavadoras, radios, televisores, etcétera, si bien responden a una necesidad real, no *necesitan* ser cambiados cada año. El llamado «mercado de sustitución», o sea, la venta de un *nuevo modelo*, el cual sólo tiene ligeros cambios externos, sólo puede ser impulsado por un mecanismo publicitario eficaz.

Igual sucede con los automóviles, que siendo unidades de alto costo, supuestas a ser usadas por mucho tiempo, mantienen el lanzamiento anual de nuevos modelos.

Para inducir a un consumidor a que pague el alto precio de un auto, televisor o radio-fonógrafo, por el simple hecho de que «hay un nuevo modelo», es necesario producir en su mente nuevas *motivaciones* de compra, ajenas a una necesidad real que *ya ha resuelto* con el modelo actualmente en su poder.

2. *Alta competencia de marcas*. Los artículos corrientes, de consumo permanente, se encuentran con un «mercado saturado». Concurren tantas marcas a resolver la necesidad del comprador, que se hace necesario intensificar la propaganda y destacar determinadas cualidades, para imponer un producto sobre el gran número de competidores.

En esta clasificación están los jabones y productos de higiene doméstica; pastas dentales, cigarros, cervezas, alimentos envasados, y otros artículos del consumo popular, que constituyen la base presupuestal de los grandes programas de la radio.

Establecido así el carácter económico de la demanda publicitaria, se deduce que no es una decisión caprichosa el hecho de anunciar un producto. Y al ser un imperativo, el industrial se ve en la necesidad de proveer sus créditos de propaganda cargando un porcentaje correspondiente en sus cálculos del costo de producción. En otras palabras: para llegar a su objetivo final, que es la ganancia o utilidad que le producirá su venta, el costo de la propaganda es tan necesario como el de la materia prima o el de la mano de obra.

Pero de esto no tienen la culpa los artistas, ni se realiza por una caprichosa simpatía que sienta el industrial (en su carácter de anunciante), hacia los elementos radiales. La necesidad, o *imperativo económico* de la propaganda, es un hecho que forma parte del complejo de contradicciones del capitalismo, al orientar el esfuerzo de producción industrial en artículos que no son económicamente necesarios, y requieren, por tanto, un esfuerzo adicional que les cree, artificialmente, su mercado de consumo. Culpar a la técnica publicitaria de tales contradicciones equivale a confundir el efecto con la causa.

La publicidad no es más que una técnica de aplicación de varias ramas del conocimiento humano; esa técnica, bien orientada y aplicada dentro de un medio socialista, puede rendir mucho en el mejoramiento colectivo. El mal uso, o la mala aplicación que de ella se haga, en los medios del monopolio o del imperialismo, no radica en la naturaleza de la publicidad, sino, como hemos visto, en las contradicciones del sistema. Culpar al técnico de propaganda de esas arbitrariedades sería tan injusto como culpar a Pasteur de los horrores de la guerra química.

Si el industrial incluye el costo de la propaganda en el precio de la mercancía, no caben dudas al respecto: la propaganda la paga el consumidor.

Ahora bien: una reducción de propaganda no produce, por ningún mecanismo de contabilidad, el aumento de salario o mano de obra, puesto que ambos factores son independientes.

Lo que se ahorre un industrial en propaganda lo aplicará por una de estas dos vías: o a rebajar el precio de venta, o a aumentar las ganancias.

En cambio, un aumento de salario puede obtenerse mediante la acción sindical de la lucha de clases, sin reducir el gasto de propaganda. La diferencia en salarios tiene dos vías también: la absorbe el industrial (reduciendo su ganancia), o se aplica a un nuevo costo de producción, elevando el precio de venta. Esa ha sido la experiencia en todos los movimientos nacionales de las grandes industrias, que han resuelto los conflictos laborales al margen de sus actividades publicitarias.

CONFLICTOS DEL MONOPOLIO

Las contradicciones surgen a medida que los tres factores: planta, agencia y anunciante, se vinculan en el proceso de dominio del medio radiofónico.

El personal especializado impuesto por las agencias empieza a interferir con los métodos internos de trabajo de las cadenas.

En la medida que los anunciantes amplían sus contratos sobre «estrellas exclusivas», se debilitan los cuadros dramáticos de las emisoras. La tendencia a independizarse llegó al punto máximo, cuando las grandes industrias adoptaron la norma de *grabar* sus programas hablados, en vez de hacerlos en «vivo», es decir, actuando los artistas en el momento de transmisión.

Desde su época de la calle 25, la CMQ venía grabando las *menciones* comerciales, en una sencilla máquina Presto. La famosa voz de Manolo Serrano, primer locutor-ídolo, grabó en esa época anuncios de Las Bodegas Morera. Miguel Buendía, otro de los pioneros del micrófono de CMQ, también grababa comerciales para esas cortas *menciones* entre programas, que en muchos países latinos se conocen como *cuñas*, y en los Estados Unidos de Norteamérica se clasifican como *spots*.

Al final de los años 30 comenzaron a difundirse en La Habana equipos manuales y eficientes de grabadoras portátiles, de las marcas Presto y Fairchild, con muy buena calidad profesional. Esto generalizó la grabación de anuncios en placa fonográfica, y surgieron algunos estudios privados dedicados a ese servicio.

Ya en Monte y Prado, CMQ estrechó sus nexos financieros con RCA Víctor, a través de sus agentes en Cuba, Humara y Lastra. Se instaló un costoso equipo de grabación RCA, cuya calidad hizo posible que se grabaran en los estudios de CMQ muchas de las *matrices* que utilizaba la Víctor para la producción en masa de canciones latinas, en discos grabados por famosos cantantes a su paso por La Habana.

Al inaugurarse Radio Centro el 12 de marzo de 1948, el coloso arquitectónico desde el cual los Mestre esperaban *centralizar* todo el control de la industria radial, se le dotó de los más modernos y costosos equipos de grabación, con sistemas especiales de intercomunicadores a los estudios; pizarras y conexiones automáticas, y todo el refinamiento electrónico necesario para recibir y enviar sonidos entre el centro de grabación y todos los estudios.

El día de la inauguración, la mayor parte de los programas salieron al aire grabados en discos de aluminio de dieciséis pulgadas.

Los programas estelares que salieron en vivo, lo fueron por distintas razones:

1. La publicidad que se obtendría al tener el público a sus ídolos en el Estudio Teatro.
2. Que algunas figuras no pudieron llegar a tiempo para grabar.
3. Que algunos artistas se negaron a salir «enlatados», pudiendo hacerlo en vivo.

La inauguración no tuvo un sólo error, y como caso interesante, el público, e incluso veteranos del medio radial, hasta el presente, desconocían estos hechos.

Además de hacer matrices para los populares discos Víctor, y de comenzar algunos experimentos para grabar «cortos musicales» y matrices de empresarios independientes, se empieza a hacer cálculos sobre las nuevas posibilidades del exterior.

Ya los Mestre planean *invadir* la América Latina con toda una programación *continental*, basada en imponer la supremacía técnica alcanzada en La Habana. (Donde se dispone ya de estudios más amplios y mejor equipados, personal más experto, y un cuadro de talento artístico que incluye intérpretes, autores y directores de máxima experiencia radical.) Radio Centro

planeaba una competencia directa con los medios más modestos de los centros radiales de las repúblicas de Centro y Sur América.

Este programa se ve interferido cuando Sabatés (filial cubana del monopolio jabonero Procter & Gamble), instala su propio estudio de grabación, y se adelanta a los Mestre, creando una *cadena continental* para distribuir en toda Latinoamérica sus espectáculos radiales originados en Cuba.

La Procter tiene ya colocada sus piezas: en cada país hay una organización local de propaganda: sus productos se venden bajo las mismas marcas y métodos en todo el continente. No hay, pues, dificultad en crear una base en Cuba, donde se dispone de buenos artistas exclusivos, y una *orientación de venta* en los programas, que los hace aplicables a cualquier territorio de habla española. La campaña se organiza por dos canales: en los territorios menos desarrollados se emplea directamente copias en discos de tamaño especial (dieciséis pulgadas de diámetro), que son distribuidos desde La Habana. En los centros de mayor desarrollo, donde la Procter ha creado ya un sistema local de contrataciones exclusivas, siguiendo las experiencias de La Habana y México, el sistema se aplicó parcialmente, enviando a ellos los *libretos* de las series radiales para su producción local por los cuadros de Procter, los cuales se reforzaban frecuentemente con el envío de varios «expertos cubanos», que aplicaban el pulido final al cuidadoso aparato montado para vender jabones y cosméticos mediante las «novelas» radiales

Para completar el mecanismo de penetración «panamericano», se creó en La Habana una Agencia de Publicidad, organismo colateral de la Procter, que operaba con la apariencia de una empresa latina *independiente*, Publicidad Obelleiro-Carvajal.

Este sonoro nombre español comenzó a circular por todo el continente, donde las *sucursales* se encargaban de distribuir discos, libretos y personal especializado, manteniendo un control centralizado de toda la producción radial, en operación paralela con la oficina local respectiva de la Procter. Así, la planificación general de ventas y propaganda, ordenada desde la casa matriz de los Estados Unidos de Norteamérica, se enviaba al centro de operaciones latinas en La Habana, y desde ahí era ramificada por toda la América, a través de las filiales de cada localidad, asesoradas por la Sucursal de Publicidad

Obelleiro. Incidentalmente, esta Agencia, a más de tener como *cliente* indispensable a la Procter y su famoso «jabón Camay», se hacía cargo de algunas firmas locales en cada territorio. Eso le daba al monopolio jabonero mayor control local de la radio y le producía, simultáneamente, algunas ganancias marginales para cubrir su amplio sistema continental, ya que... *¡business is business!*

A mediados de la década del 50, la CMQ organiza el SIGA (Servicio Internacional de Grabaciones de Audio, S.A.), e implanta el sistema de grabar en cintas magnetofónicas los espectáculos que salían al aire, para distribuirlos en la América Latina y parte de los Estados Unidos. (Sus principales áreas de concentración latina: New York, California, Florida, Texas, New Mexico, Filadelfia, Chicago y Arizona.) El negocio consistía en hacer varias copias, las cuales se vendían para ser transmitidas en los distintos países de habla española.

En Cuba se le pagaba el veinticinco por ciento de la tarifa a los técnicos, artistas, escritores, directores, etcétera, por una sola vez.

También vendía los libretos de radio y TV ya transmitidos (aunque se está elaborando un proyecto para dar inicio al mismo negocio en los programas de TV, lo primero que se hace es vender los libretos. Más tarde se iniciaría la venta de kinescopios, mientras no se pusiera en práctica el sistema de Video Tape), y enviaba catálogos para la venta de discos de efectos de sonidos marca Standard Radio y discoteca de musicalización marca Capitol Q, de las cuales eran distribuidores para América Latina. Además, confeccionaba Jingles-Spots o Cuñas y Menciones comerciales, que vendían de acuerdo con las exigencias del cliente. Aparecía como presidente del SIGA el administrador de CMQ Radio, Rigoberto Rodríguez, testaferro de los hermanos Mestre.

ANTAGONISMOS

Indudablemente, ese vasto plan continental jabonero era una seria interferencia con los planes de dominio radial que el imperio de los Mestre venía considerando. Pero, aunque hubo una guerra sorda, no se podían romper los vínculos, porque la

fuerza esencial que sustentaba el sistema radicaba en tres ángulos: anunciantes, agencias y cadenas. Se amaban y se odiaban entre sí. Se unían para consolidar y sostener sus privilegios. Pero luchaban y pugnaban entre ellos para obtener las mejores tajadas a la hora del reparto de las ganancias.

Así vemos como las relaciones siguen una curva de altas y bajas, y los distintos sectores se movilizan como ejércitos que, unas veces están aliados contra un tercero, otras se enfrentan al antiguo aliado para apoyar a quien era su contrario.

La CMQ tenía una tradición jabonera, desde que sus tres letras subieron a nivel estelar, por la fuerte ayuda financiera y el amplio respaldo artístico que significó el comienzo de la Cadena Crusellas, una serie espectacular de varios programas diarios que, como hemos relatado, se inició con la presentación en Cuba de la famosa estrella del cine español Imperio Argentina. Tito Guízar (triumfante galán-cantor del gran éxito mexicano *Allá en el Rancho Grande*), y Agustín Irusta (ídolo del público cubano de la época, por la cinta hispano-argentina *Ave sin nido*), fueron algunos de los siguientes impactos con que invadieron el territorio radial las fuerzas combinadas de Crusellas y Miguel Gabriel. La alianza fue tan definitiva que, al instalarse en Monte y Prado sus nuevos estudios con aire acondicionado y amplia sala con butacas para los asistentes, aquella Emisora comenzó a identificarse de una novedosa manera: «CMQ, del Jabón Candado, transmitiendo desde los Estudios RCA-Victor.» Como para que no quedase la menor duda de cuáles eran los dos monopolios norteamericanos que respaldaban su vigoroso impulso.

La Procter, que venía impulsando ya sus ventas del jabón La Llave mediante grandes concursos y premios, los cuales se habían estimulado por la radio a través de distintas plantas y experimentos, comprendió la necesidad de reforzar sus cuadros. Su Concurso de los \$3 000.00 mensuales surge para contrarrestar la popularidad de la entrega mensual que hacía Crusellas y Cía. de la Villa Jabón Candado, vivienda que se le construía al ganador en el lugar del país donde residía, que tenía un estilo arquitectónico siempre igual, con el letrero Villa Jabón Candado en la fachada, conjuntamente con un enorme candado.

Ante tales hechos, los Laboratorios Gravi S.A., firma competidora, inician un concurso igual, pero entregando dos casas en lugar de una.

Crusellas entonces comenzó a entregar tres casas, a lo que la Gravi contestó entregando las suyas completamente amuebladas y junto con las casas, la comida para toda su familia durante un año. Tanto los periódicos como los dueños de emisoras, que estimaban que el grueso de la propaganda se utilizaba en la construcción de casas, por bajo cuerda plantean al Gobierno que interceda, y éste, mediante una disposición, limita el concurso.

Por otra parte, Crusellas, con su concurso del millón, buscaba producir una reacción en cadena para combinar las etiquetas del jabón con los billetes de lotería, que daba la hipotética oportunidad al consumidor de ganarse un millón de pesos, que pagaría, caso de ganarlo, el fondo de lotería del Gobierno cubano y no la Colgate. Pero aquello no parecía poder contener el «brillante» ataque de Candado y Palmolive.

Cuando surgió la Cadena Azul de Radio (rival de CMQ), Procter decidió apoyarla. RHC Cadena Azul contaba con un arma exclusiva: la única línea telefónica disponible para enviar directamente el sonido a las seis provincias. Eso significaba que la Cadena Azul se podía oír con seguridad y limpieza en todo el territorio.

CMQ contaba en La Habana con la más potente emisora de Cuba (una señal de 25 000 watts), pero se veía forzada a cubrir las provincias retransmitiendo en zonas escogidas, mediante varias emisoras en cadena que repetían su señal tomándola del aire. Por las variantes atmosféricas quedaba CMQ expuesta a las cargas estáticas y otros fenómenos de interferencia y distorsión que afectan a la onda media, mientras sus competidores eliminaban totalmente esos defectos al enviar el audio directamente por línea telefónica ecualizada.

Esta ventaja técnica tenía una razón: el presidente de RHC, Cristóbal Díaz, era accionista y hombre-clave de la Cuban Telephone Co. Por la concesión exclusiva del Estado, ésta era la única empresa con recursos técnicos y legales para prestar tal servicio. La CMQ, por tanto, se veía afectada por su rival.

Luego es curioso estudiar el alineamiento de fuerzas que se presenta, en los momentos en que comienza a estructurarse el monopolio radiofónico.

El trust telefónico respalda a RHC Cadena Azul, con una ventaja técnica, que es aprovechada por el trust Procter para desarrollar su famosa «programación en bloque» y cubrir todo

el territorio de Cuba con sus marcas de jabón Camay y Llave, en una agresiva operación comercial.

Afianzados en Monte y Prado, los magnates de Crusellas (trust Colgate), sostienen los programas de Candado y Palmolive, asociados a Miguel Gabriel. El trust RCA Víctor, vinculado a este grupo, facilita el despliegue de ídolos de cine y atracciones internacionales, que mantienen un nivel espectacular en la Cadena Crusellas.

Al margen de estas operaciones, un pequeño fabricante cubano, el farmacéutico de Jovellanos Manuel Cubas, ha colocado en el mercado una pasta de dientes y logra vender más pasta Gravi que la que logra vender el trust de Colgate. Por tanto, empieza a pensar que también podría fabricar jabón.

Adoptando los métodos de «los grandes», como primer paso organiza una Agencia de Publicidad, colateral de Gravi, y la pone en mano de sus dos hijos: dos jóvenes con la dinámica, ambición y malicia que hace falta para entrar en ese complejo mundo de la propaganda y la competencia de alto nivel. Surge en la radio un nuevo polo: la Publicitaria Siboney.

Desde el cómodo puesto neutral de la Agencia Mestre-Godoy, los hermanos Mestre, hasta entonces observadores, deciden intervenir en los acontecimientos, aliándose con el sector de CMQ-Crusellas.

Esto significó la retirada de una serie de programas de la firma Kresto en la Cadena Azul, los cuales fueron trasladados para Monte y Prado, reforzando el ataque contra la RHC.

LA GUERRA DE LOS JABONES

La entrada de los Mestre en Monte y Prado se caracterizó por una alta tecnificación: equipos mejorados, ampliación de estudios, nuevo mecanismo burocrático y moderna estructura de los programas.

Valores que se hallaban dispersos son concentrados en la nueva organización: directores de orquestas, cantantes, locutores, autores y personal administrativo.

Cambó y Gabriel, tras múltiples gestiones, habían *ablandado* la resistencia del trust telefónico a concederles una *línea*. La última excusa —carencia de cables por la escasez que producía la guerra—, fue hábilmente vencida: CMQ obtuvo y pagó los

cables y postes, y a un costo de setenta y cinco mil pesos logró extender una línea directa Habana-Santa Clara.

Al entrar de socio en el Circuito CMQ, Mestre realizó un viaje de promoción a Nueva York, creó los vínculos con la NBC y obtuvo del Trust Central la extensión telefónica hasta Oriente.

Con nuevos equipos reforzados y una cadena nacional, Goar Mestre se dispuso a centralizar en sus manos la radiodifusión.

Pero los Mestre se sentían incómodos con las prerrogativas de Crusellas dentro de CMQ, donde explotando su colaboración inicial habían creado «un estado dentro de otro estado».

Crusellas acaparaba los mejores horarios, que Mestre quería para sus propios programas del alimento Kresto, que representaba. El mejor *talento* era exclusivo, utilizado en un estudio especial (el mejor dotado de CMQ), que nadie podía usar, pues se le conocía como «el Estudio de Crusellas».

Debido a las bajas tarifas obtenidas por Kresto en los inicios de la Cadena Azul (que vendió sus tiempos «a precio de gancho»), Mestre mantuvo en RHC su serie de programas Kresto por todo el tiempo que durara el contrato de pérdida para sus competidores. Mientras, iniciaba una guerra sorda para reducir las ventajas de los jabones Candado y Palmolive, quienes se resistían hábilmente, cediendo a las presiones por no tener otro canal a donde refugiarse.

El trust Procter observaba la situación, y esperaba una brecha por donde colarse en CMQ. Ese momento estratégico se presentó al inaugurarse Radio Centro, con el desplome de la Cadena Azul y el comienzo de una guerra radiofónica en un mismo y único canal.

LA RAMPA: AVENIDA DE LA PUBLICIDAD

Nueva York tiene una calle famosa: Madison Avenue. Allí se encuentran las oficinas centrales de las principales Agencias de Publicidad. Tanto han influido en los hábitos de vida norteamericanos, que en los Estados Unidos de Norteamérica definen a un publicitario como: «el hombre de Madison Avenue».

Un proceso de *mimetismo* amenazaba borrar de la radio todo rastro de sabor criollo. Y en su afán de calcar la vida yanqui,

los magnates soñaron con una gran avenida moderna que fuese «la calle de la publicidad».

Esta «Madison Avenue» habanera fue incrustada en El Vedado. Poblada de *cafeterías*, lujosos bares de íntimo confort y una sala de cine.

Se trasladaba una parte del Nueva York bohemio al nuevo bulevar vedadeño de La Rampa, que nacía en L y 23; también se mezclaba el toque de angustia de los vagos intelectuales de Saint Germain de Prés. Bastaba, al constante ejemplo de las películas norteamericanas, el refuerzo del aristocrático cine La Rampa, especializado en divulgar las últimas producciones. Era el triunfo de la *beat generation*, de los incomprendidos «rebeldes sin causa».

En medio de ese clima, en edificios de «atrevidos» diseños, se instalaron las principales Agencias de Publicidad.

«El Hombre de La Rampa», en vez del clásico traje gris-perla imprescindible en la Ave. Madison conservó, como único rasgo de su origen criollo, un impecable y tropical dril crudo, que con los gruesos espejuelos de carey llegó a ser el símbolo del intelectual de la publicidad.

Significativamente, la sección publicitaria de Crusellas se instaló en un piso de Radio Centro, como si quisieran mantener su tradición de organismo co-existencial de la CMQ. En un edificio cercano de La Rampa, como símbolo de independencia en sus movimientos, los «genios» de Sabatés (Procter), con una completa instalación para producir y grabar sus programas.

Y mientras Crusellas seguía cubriendo sus operaciones internacionales de radio utilizando las facilidades de la CMQ, las demás agencias, desde La Rampa, estudiaban los acontecimientos.

LA BATALLA DE LOS DETERGENTES

«Pedimos un minuto de silencio... Ha muerto... el jabón de lavar!» Así comenzó una sensacional campaña por la radio, que abría una nueva era en la historia de la publicidad comercial.

Al aplicar un nuevo principio físico (modificar la estructura molecular del agua), mediante la acción de unos polvos detergentes disueltos en ella, la industria jabonera había dado un paso de total innovación en los métodos del lavado doméstico.

Se suponía que el nuevo «polvo de lavar» iba a sustituir el hábito de usar el tradicional «jabón amarillo», y se deducía que el fabricante que con mayor rapidez lograra introducir su marca del nuevo producto podría *acaparar* a todos los consumidores de jabón de su competidor.

Era, por tanto, la gran batalla entre los monopolios de la limpieza.

Mestre aprovechaba las circunstancias excepcionales para perjudicar a Crusellas, y rompiendo una tradicional *exclusividad en jabones* que había mantenido Candado en la CMQ, vende a Sabatés (Procter) todos los tiempos disponibles, para una «campana relámpago» de una semana, durante la cual había un programa Sabatés prácticamente cada quince minutos en CMQ, anunciando la nueva maravilla: ¡Dreft! —el polvo que sustituye al jabón.

Por esa brecha entraron más tarde todos los programas de la firma, incluyendo a los jabones Camay y Llave, pues, pasado el ciclo de introducción del detergente, se siguió anunciando el jabón de lavar, y se siguieron vendiendo los dos productos.

Sin embargo, Sabatés, que logró así romper la muralla de la exclusividad levantada por Crusellas, correspondió con los Mestre ampliando su servicio de grabaciones, y reforzando sus cuadros de artistas y autores hasta dejar casi sin talento propio a la CMQ, haciéndose cada vez más poderoso e independiente. Llegó un momento en que aquel servicio privado de Sabatés se puso al alcance de otros anunciantes, que empezaron a grabar sus comerciales mediante convenios económicos con los jaboneros.

Para salirle al paso a lo que era ya una directa competencia con las actividades de la planta, la CMQ adoptó una medida: no podían pasarse por CMQ programas ni anuncios que no fueran grabados en sus propios estudios. Esta medida, que iba de rechazo contra las actividades del plan continental, fue contrarrestada por una combinación nueva: los anunciantes transmitían el programa en vivo en CMQ, pero lo grababan en sus departamentos tomando del aire el programa y pasándolo a copias en discos que luego podían ser exportados.

POLARIZACIÓN

En todo sistema de fuerzas concurrentes llega un momento en que o se integran todos los impulsos en una sola fuerza *resultante* (cuyo

sentido es el valor promedio de las que concurren), o se dispersan, por rechazos recíprocos, y los impulsos de una misma naturaleza y dirección van a polarizarse hacia un mismo punto común, separándose de los contrarios. El resultado es un estado de equilibrio por fuerzas neutralizadas.

Ese *momento de equilibrio* se produjo en la radiodifusión en los finales de la cuarta década del siglo, al terminar la gran batalla de los detergentes.

Repartido el espacio radial entre Crusellas y Sabatés, que equivale a decir Candado y Llave, Palmolive y Camay, los Mestre continúan su complicado ajedrez radiofónico, dando calor a una tercera fuerza que surge: Publicitaria Siboney, la Agencia que maneja la Pasta Gravi y que, elevándose a niveles de alta competencia, lanza ya su línea de jabones: Jabón Gravi, que luego convierte en Suave, y una línea de brillantinas, cremas faciales, cosméticos y desodorantes que entran en directa competencia en el mercado de Crusellas, a quien Mestre sigue colocándole piedrecitas en el camino publicitario.

Una activa competencia entre los fabricantes de cigarros y las tres marcas de cervezas que se disputan el mercado, completan el cuadro industrial que respalda las altas inversiones radiales.

Al margen de la pugna jabonera, desarrollada directamente por los industriales, las Agencias de Publicidad operan dentro del marco reducido de otras industrias. Además de cigarro y cerveza, el mercado ofrece actividad en las líneas de aparatos domésticos (radios, refrigeradores, lavadoras, etcétera), línea de transportes: autos, gomas, accesorios; y toda la gama de productos que forman el activo mercado de importación que sustenta la vida comercial de un país que estaba resolviendo todos sus problemas de consumo por la vía artificial de comprar artículos extranjeros.

Adquiere cuerpo y personalidad la «Asociación de Anunciantes de Cuba», organismo representativo de un sector que, entre algunas iniciativas encomiables para superar el arte comercial y las técnicas de publicidad, adopta el establecimiento periódico de una investigación de audiencia (survey), que acaba por fijar a la radiodifusión dentro de un molde de absoluta mediocridad. Las particularidades del survey radial

son tan extensas que dejamos el tema para su análisis en un capítulo posterior.

Las plantas se escalonan en una serie de categorías, y viven de operaciones marginales, bajo la sombra protectora del gran monopolio, absorbiendo los sobrantes de presupuestos con que se refuerzan las campañas nacionales. Las polariza una Federación de Radioemisores de Cuba, organismo que presenta una personalidad colectiva ante el Gobierno y la opinión pública, pero que todos saben que está bajo el control personal de la familia Mestre. Además, este organismo representativo, que tiene los consabidos nexos fraternos con una Asociación Interamericana de Radioemisores, es un puente cordial hacia las actividades de la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa) y otros organismos internacionales del «mundo libre», dentro de los cuales deben conservar una influyente intervención los *intereses* Mestre.

Se crea la llamada «triple A», Asociación de Agencias de Anuncios :«AAA» en que se agrupan los magnates dueños de agencias y, por su parte, un grupo de subalternos publicitarios crea un organismo híbrido, la ANPP (Asociación Nacional de Profesionales Publicitarios), que es una extraña mezcla de colegiación profesional por la libre, en la que se pretendía defender a un mismo tiempo ciertos privilegios de tipo patronal con algunas reivindicaciones de orden sindical. Todo ello bajo una apariencia de «superación profesional» que se desarrollaba por el sistema de almuerzos rotarios.

Bajo el patrocinio y con la orientación técnica y docente de los «genios» más sobresalientes del sector, la ACC, la AAA y la ANPP fundan una Escuela de Publicidad, en la cual desarrollan una cuidadosa programación de todos los métodos psicológicos, estadísticos y promocionales que integran el sistema capitalista de propaganda, de acuerdo con el molde norteamericano y respondiendo integralmente al plan de penetración cultural y modificación de los hábitos latinos que constituye, básicamente, el modelo ideal yanqui para los países «subdesarrollados». En otras palabras, en dicha escuela podrían haberse graduado unos magníficos expertos para ser utilizados en la Alianza para el Progreso, que hubieran sido muy felicitados por Kennedy, Johnson y Nixon.

Estos cursos culminaban en la expedición de un título de profesional publicitario, con el cual se proyectaba sobre el

medio radial un grupo de jóvenes ambiciosos, con más aspiraciones que conocimientos, cuya verdadera misión era *reforzar* los cuadros humanos, y aumentar el *peso* y *densidad* de la masa de las agencias en el complicado sistema dinámico dentro del cual todos buscaban un equilibrio favorable a su respectivo sector.

Al margen de toda esta *polarización* de los niveles de mando, artistas, productores, técnicos, locutores y personal vario de las plantas de radio seguían la absurda tradición del sector radial: disgregarse en pugnas minúsculas, fragmentarse en grupos cada vez más pequeños y, por tanto, más débiles.

Frente a una polaridad efectiva, que cada vez hacía más sólida la estructura del monopolio, los elementos radiales seguían el proceso suicida de una total desmembración.

DIVISIÓN LABORAL

El error más marcado en que cayeron los artistas fue el de considerarse parte *integral* de alguno de los polos del monopolio: aquel del cual percibían el salario.

Oíamos decir a una actriz: «Yo soy de Crusellas», y a otro actor o locutor: «Yo soy de Sabatés». Los que no gozaban de un buen contrato exclusivo afirmaban con cierto orgullo: Yo soy de CMQ. Había «gente de CMQ» como había «gente de la Cadena Azul», dando la sensación de que las empresas hubieran *comprado* a las personas, como compraban el tiempo o los equipos de grabar discos.

Y no se quedaba esa actitud en meras palabras: rivalidades, pugnas personales y hasta acciones de interferencia en muchos aspectos de la producción, dividían a los artistas, que se tomaban para sí y entre sí todo el furor de competencia que los monopolios anunciadores desplegaban en el éter. Y llegaba a darse el caso curioso de que algunos artistas de una firma evitaran sentarse en la misma mesa de la cafetería en la que estuvieran los de la firma rival; mientras que los propios magnates de Sabatés y Crusellas no tenían ningún inconveniente en sentarse juntos en la misma mesa, en uno de aquellos almuerzos de anunciantes, en los que tranquilamente planeaban la mejor manera de controlar a todos los artistas radiales.

Cuando se grababan menciones, pagando cinco pesos a un locutor por un disco cuyas copias se usaban por *todo un año*, en todas las emisoras del territorio nacional, los locutores, lejos de estar estudiando la manera de limitar aquella injustificada explotación de su voz, perdían el tiempo en una violenta pugna con la Asociación de Artistas, planteando el problema de que los actores no podían actuar como narradores de programas dramáticos. Aparte de lo absurdo del planteamiento, ello era un grave indicio de la desorientación de los dirigentes en ambos sectores laborales, desvinculados de la realidad y enfrascados en debates bizantinos.

Y la supremacía del mercantilismo llegó a tal extremo, que actrices y actores, como reacción inevitable, sacaban título de locución para poder «pasar anuncios». Llegó a mezclarse y confundirse de tal modo lo artístico con lo comercial que, en un mismo programa, la misma voz que lloraba desconsoladamente por el amor del galán, poco después nos recomendaba «la nueva crema que embellecía el cutis». Esta rutina acabó por borrar los pocos *matices* de expresión que había tenido el arte radial, y la mayoría de actrices y actores cayó en *la línea del hábito*: adoptó un estilo plano, una forma *standard* de hablar por radio. Ya no se distinguía si estaban anunciando cuando interpretaban un papel, o si hacían un drama cuando leían un comercial. El anuncio «testimonial» los aniquilaba.

OFICINAS CONTRA ESTUDIOS

La división no fue sólo entre artistas. Algunas de las estrellas, intoxicadas por su propia propaganda personal, llegaron a creerse realmente seres superiores, y comenzaron a mirar con cierta displicencia a los compañeros que trabajaban en labores administrativas de la planta.

Recíprocamente, el personal administrativo, con las naturales excepciones, no pudo evadirse de cierto sentimiento de rivalidad con aquellas figuras de altos salarios y gran popularidad. Los empleados anónimos que entraban y salían de aquellos edificios sin llamar la atención, comenzaron a sentir molestias ante el espectáculo de varias decenas de personas que asaltaban a los ídolos radiales para pedirles *autógrafos*. Los modestos

salarios del personal de oficina irritaba a muchos que manipulaban la contabilidad y conocían los sueldos de aquellos ídolos que lograban rebasar los mil pesos mensuales.

Un motivo justificado de esa fricción lo hallamos en los métodos artificiales con que algunos llegaban al *estrellato*. En las primeras etapas radiales, cuando las «estrellas» eran realmente figuras consagradas por una larga ejecutoria, por una carrera artística de continua superación ante el público, no se había producido ese distanciamiento. Todo lo contrario: el personal de oficina, los empleados de las emisoras, eran precisamente los que mayor cariño expresaban a los artistas, y sentían hasta cierto orgullo por pertenecer a lo que se consideraba una *familia radial*, es decir, un solo grupo unido por el afecto entre todos los trabajadores de una misma planta de radio, fueran técnicos, artísticos o de oficinas.

Fue la rivalidad de sueldos, principalmente, lo que distanció a los dos núcleos. Pero influía el conocimiento, por parte de muchos *oficinistas*, de que ciertas posiciones no se alcanzaban precisamente por méritos artísticos. Influencias personales, elogios de prensa pagados (unos con dinero y otros con favores), y un complejo sistema semi-oculto de relaciones íntimas entre los que podían fabricar estrellas y los que aspiraban a llegar a la cumbre a cualquier precio, determinó un clima de improvisados ídolos que provocó cierta actitud de recelo en los medios administrativos, tanto en la emisora como en las agencias.

Hubo, en ambos grupos, compañeros conscientes que trataron siempre de limar esas asperezas y mantener, recíprocamente, una cordial relación entre las oficinas y el personal de estudios. Pero, de parte y parte, una buena cantidad de *intransigentes* se dejó llevar por apasionamientos mal aplicados, creando una verdadera tirantéz. Muchos artistas consideraban a mecanógrafas, telefonistas y empleados de los departamentos como unos pobres diablos, abandonados del favor de los dioses olímpicos que tan pródigamente favorecían a los ídolos.

Los empleados, en revancha, comenzaron a considerarse más morales que los otros. En aquella época, si se preguntaba a una empleada de oficina: ¿Usted trabaja en esa emisora? ... La oíamos responder vivamente: «Sí, pero en la oficina. ¡Yo no soy artista!»

LOS EVENTUALES

Un nuevo núcleo artístico se fue produciendo dentro de la nueva situación creada. En la medida en que los ídolos firmaban sus exclusivas y se iban reservando para determinados programas o determinados productos, surgía la necesidad de crear más y más talentos artísticos.

Siguiendo la línea de la improvisación, y sin que nadie considerase la necesidad vital que tenía la radiodifusión de un centro vocacional de estudio y superación, los cuadros dramáticos se reforzaban continuamente. Bastaba que un anunciante, un productor o un miembro de cualquier agencia «descubriera» un nuevo valor (actriz, actor, cantante o cómico), para que se le pusiera inmediatamente a actuar, aunque el debutante no tuviera ni la más ligera idea de lo que era el arte dramático, ni el uso de un micrófono, ni la reacción de una radioaudiencia.

La razón que se alegaba era que «en la radio no hay normas», y sólo se sabe si una persona ha nacido para artista de la radio poniéndola a funcionar ante el micrófono.

Esta idea absurda pudo sostenerse debido a que, efectivamente, se dieron casos de algunos artistas sobresalientes, que surgieron de golpe, sin haber tenido experiencia previa. Se decía que el improvisado artista «había pegado» en el público.

Pero, esos casos excepcionales (producto de una intuición natural, mezclada con una personalidad magnética para el público), no podían justificar a una gran cantidad de improvisados que fueron impuestos por diversas influencias. En muchos casos, estando más que probada su incapacidad profesional, sin que por ninguna razón pegaran en la audiencia, se les mantenía en los programas estelares, y hasta se les daba labor de protagonistas, o de figuras destacadas, elevándolos sin justificación alguna al mismo nivel de artistas responsables que habían invertido años en el estudio y la superación de sus condiciones naturales, y tenían ganado un legítimo reconocimiento de popularidad. Estas injusticias intolerables fueron admitidas por muchas figuras estelares debido a que se ponía por encima de toda ética, de toda estimación propia, el interés material de seguir ganando aquellos sueldos un tanto elevados, en un país

donde no abundaban las oportunidades de trabajo. Además, la honda división del sector mantenía a los artistas en una posición individualista, sin ninguna defensa.

Los mismos artistas solían llevar a sus amigos y recomendar «que se les probara»; cualquiera que fuera capaz de leer más o menos bien y tuviera una voz aceptable al oído, podía convertirse «en artista de la radio». Los estudios se fueron llenando de nuevas figuras. Algunos, con un sincero deseo de aprender, en un medio donde nadie enseñaba a nadie, captaban lo que podían viendo actuar a los demás. Otros, más audaces, buscaban influencias y propaganda de prensa para convertirse en «estrellas» meteóricas, que surgían y desaparecían con la misma rapidez. La mayoría, en una posición estática, sin tener orientación profesional seria, ni oportunidad de utilizar las palancas del medio, fue quedándose en una masa de elementos anónimos, de buenas gentes, que servía para echar mano de ellos cuando se enfermaba algún artista, cuando había un papel corto, o cuando se necesitaba reforzar un espectáculo con un número inusitado de «extras».

Si al principio se llamó «bolero» al artista que actuaba de modo incidental en un programa, estos grupos de nuevos artistas, que tampoco tenían sueldo fijo, pero estaban constantemente en los pasillos en espera de una oportunidad de ser utilizados, se empezaron a llamar «artistas eventuales».

Muchos eventuales, al recibir una oportunidad, pudieron demostrar que tenían capacidad, y llegaron a ser actores fijos, y, hasta se situaron como protagonistas de buenos espectáculos.

Otros, con menos suerte, pasados los años, habían adquirido una experiencia y se habían hecho buenos profesionales, pero se mantenían en ese nivel de artista útil que no tenía fama.

Y existía, como consecuencia de este proceso anárquico, improvisado y sin planificación, una lamentable herencia del monopolio: el numeroso grupo que sin ser artistas, en el sentido profesional de la palabra, sin reunir las más mínimas condiciones para interpretar a algún personaje ante el micrófono, y con una completa ignorancia de sus propias limitaciones, llegó a creerse que tenía derecho a actuar, y pasaba su pobre y sufrida vida lamentándose de que «no le daban trabajo en la radio».

Dramáticos, cantantes, locutores, escritores, músicos... una gama completa de enfermos, de verdaderos casos clínicos que

sólo servirían para un amplio estudio de *psicosis*, de esas aberraciones mentales que caen dentro del marco de la neuropatología. Y que constituyen, desde el punto de vista humano, un verdadero conflicto, pues la mayoría se creía sinceramente que, por el hecho de haber entrado durante varios años en una emisora, eran *artistas*. Su drama, su verdadero drama es ese: que no han sido, que no son, y que nunca podrán ser artistas. Un drama que ellos no comprenden. Así, entre las divisiones internas: el personal técnico distanciado del elenco artístico, viviendo en un mundo aparte; el personal de oficina renegando «de la gente de los estudios» y los artistas despreciando olímpicamente a técnicos y burócratas, en una falsa y absurda creencia de que los «ídolos» mantenían la radiodifusión, el caos laboral de la etapa del monopolio creó, en su diabólico enredo divisionista, una nueva casta de amargados: ¡los artistas frustrados!

Hacia el final de esta etapa, la radiodifusión había construido una gran torre... Pero no eran las orgullosas torres de acero que se levantaban por toda la Isla... Era una sola torre desde la cual surgían todos los conflictos... ¡La Torre de Babel!

LA RAÍZ DEL PROBLEMA

¿Cómo es posible que siendo tan simple el análisis de las relaciones entre salario obrero, utilidades de empresa y costos de propaganda se mantuviera ese error de apreciación? ¿Quién se beneficiaba con esa frialdad establecida entre los trabajadores de la fábrica y los trabajadores del arte? El monopolio, integrado por los tres aliados: Cadena radial, anunciantes y Agencias Publicitarias. Este monstruo de tres cabezas era el único beneficiario de una situación creada por sus propios intereses.

Es muy fácil establecer las dos ventajas primarios que tal procedimiento produjo a los intereses monopolistas.

1. *Sostener el mito de los ídolos radiales.* Manteniendo el aislamiento de su personal artístico, si bien los obreros no entraban en relaciones de trabajo y de lucha con las figuras de la radio, aun cuando muchos las consideraban como rivales en el campo laboral, una gran mayoría seguía viéndolas como seres superiores, como gentes distintas, en un plano por encima de la normalidad.

Consideremos que la masa obrera constituye, al mismo tiempo, la porción mayoritaria de la masa radial, es decir, de la audiencia. El concepto exagerado sobre la personalidad de los artistas, impuesto de esa forma en la mente del conglomerado obrero de muchas fábricas, contribuyó a reforzar el plano genial en que se mantuvo al sector de las llamadas «estrellas de la radio», mucho más lejanas y misteriosas, más llenas de *glamour*, que si hubieran sido simples trabajadores, mezclados en los talleres, asistiendo a las asambleas y discutiendo los problemas de trabajo como cualquier miembro del sindicato.

Por su parte, en el subconsciente del artista se creó también un «complejo de superioridad», que los hizo sentirse por encima de la clase obrera, en un mundo imaginario, del cual nunca debían bajar para unirse en la lucha de clases al resto de los trabajadores.

2. *Aislar a la radio de la lucha sindical.* El recelo que sentían muchos dirigentes sindicales con respecto a los «artistas de la radio» y sus capítulos de propaganda, mantenía separado el núcleo radial del resto de la masa laboral de la empresa. Es importante aclarar que tal situación era local e interna. Es decir, los obreros y sus dirigentes, como simples ciudadanos, no dejaban de tener simpatías por las estrellas radiales, y hasta acudían en muchos casos a sus programas para divulgar cuestiones relacionadas con sus actividades sindicales. Pero tales contactos eran de tipo cultural o recreativo: cuando anunciaban bailes, verbenas, o actos similares.

Sin embargo, el grupo radial contratado por una firma (y por tanto, empleados de la industria), no ingresaba casi nunca en el sindicato de la fábrica, sino que permanecía afiliado a su propio sindicato de artistas.

En las reuniones, debates y demandas laborales, no se contaba nunca con los artistas, toda vez que ellos percibían jornales distintos, por contratos directos y, al parecer, no estaban afectados ni interesados en los conflictos laborales, aun cuando pertenecían a un mismo centro de trabajo.

Este aislamiento dejaba a la sección radial eliminada de toda lucha o movimiento de reivindicaciones dirigido específicamente contra la empresa. El industrial se aseguraba así una

total neutralidad del grupo radial en los conflictos obreros internos. La maniobra fue tan hábilmente realizada, que ni los artistas ni los obreros se percataron nunca de la debilidad que tales condiciones producían a ambos.

Así, cuando el artista entraba en conflicto con el industrial por alguna injusticia o incumplimiento del contrato, nunca estaba en condiciones de ser respaldado por la fuerza obrera de la fábrica, que consideraba ese caso como un problema personal del artista.

Y en los conflictos sindicales, los obreros nunca tuvieron la oportunidad de aprovechar toda la fuerza psicológica que hubiera dado a su movimiento el respaldo de los artistas que anunciaban a la empresa.

Fueron muchos los casos en que se mantuvo un movimiento de huelga dentro de una firma, sin que se alterasen sus programas radiales. ¡Piénsese el impacto social que se hubiera obtenido si todos los programas hubieran ido a un paro, secundando al personal de la fábrica!

Ello no sucedió nunca. El monopolio aplicaba el proverbio: ¡divide y vencerás!

LAS AGENCIAS PUBLICITARIAS

El tercer vértice de este triángulo del monopolio estaba constituido por las agencias, que de manera vertiginosa se multiplicaron en esa etapa, extendiendo sus ramificaciones por todo el sector de la industria del anuncio.

El origen de la Agencia de Publicidad es crear un organismo independiente que brinde a una empresa, industrial o comercial, todas las facilidades que le daría un departamento propio de propaganda, sin las molestias, obligaciones y gastos que supone el mantenimiento de tal sección como parte de la empresa.

Esta función se cumple dentro de las condiciones siguientes:

1. La agencia puede disponer de un personal altamente dotado, con un alto nivel de salario, ya que su costo de nómina está proporcionalmente repartido entre los diversos clientes a quienes puede dar servicio con ese personal. El empleo de una nómina como esa en un departamento propio significaría un gasto demasiado alto para una sola firma.

2. La agencia dispone de experiencias múltiples en los diversos mercados; de avanzadas técnicas publicitarias, y de recursos confidenciales, obtenidos por sus variadas relaciones y su gran volumen de actividades. Cualidades todas inherentes a la condición de la agencia, que difícilmente puede reunir una sola firma concentrada en una línea de negocios.
3. La agencia funciona con el carácter económico de un intermediario. Es decir, no cobra directamente sus servicios al anunciante, sino que percibe una comisión de agente en los medios a los cuales ordena la propaganda. En otras palabras: es un negocio de operación marginal, y, teóricamente, los servicios de la agencia son gratuitos para el anunciante.

Se comprenderá mejor el funcionamiento de la agencia si ponemos un ejemplo de sus operaciones prácticas.

Supongamos que un anunciante desea realizar una propaganda, con un valor total de cien pesos.

Encarga a una agencia tal servicio y esta realiza los pasos siguientes:

1. Diseña, redacta y ejecuta los textos, modelos, dibujos y hace la planificación general de trabajo, en consulta y con la aprobación del anunciante. Es decir, se responsabiliza con todo el proceso mecánico y artístico de la producción publicitaria.
2. Separa, contrata y ajusta los espacios y tiempos, en publicaciones y emisoras, que sean más convenientes a los fines de tal propaganda, incluyendo la selección y ajuste de artistas y personal complementario.
3. Una vez cumplida la orden, confirmada la publicación correcta o divulgación requerida del anuncio, paga los espacios a los periódicos y emisoras, en los cuales obtiene un «descuento de agencia» por los espacios contratados, fijado en un quince por ciento del valor por tarifa. (Paga a los medios ochenta y cinco pesos.) Esto significa que, del valor de cien pesos calculado al servicio, la agencia ha obtenido un descuento o comisión» por valor de quince pesos.
4. Por último, remite al anunciante su factura, con los comprobantes necesarios, pasándole la cuenta de servicios pagados

por valor de ochenta y cinco pesos, más el cargo «por servicio de agencia», de diecisiete sesenta y cinco por ciento sobre los ochenta y cinco pesos, que son quince pesos.

De las operaciones apuntadas, encontramos tres resultados:

- a. El anunciante obtuvo un servicio de agencia y gastó cien pesos. (Lo mismo que hubiera gastado haciéndolo directamente.)
- b. La agencia obtuvo una comisión de quince pesos.
- c. Los «medios» (periódicos, radio, etcétera), han recibido una compra de espacio por valor de cien pesos, del cual abonan el quince por ciento de comisión y perciben un neto de ochenta y cinco pesos.

Por supuesto, en este ejemplo hemos empleado una pequeña cifra, en números redondos, para facilitar la explicación. En la práctica se presentan algunas variantes:

1. Algunas agencias, al reunir las cuentas de varios clientes importantes, pueden colocar un volumen tan grande de propaganda que obtienen descuentos especiales del veinte, treinta y hasta el cuarenta por ciento de sus órdenes. Estos arreglos son confidenciales, y algunas agencias traspasan el margen a sus clientes, para consolidar su prestigio, mientras que otras se limitan a liquidar sus operaciones al nivel aceptado del quince por ciento, absorbiendo la diferencia como un margen adicional de utilidad.
2. El costo de dibujos, grabados, grabaciones y otros servicios que suponen material y mano de obra, se les carga al anunciante como «gastos de producción», independientes de la comisión de agencias, la cual se considera únicamente aplicables a los espacios contratados. Algunas agencias cargan un quince por ciento sobre el costo de la producción artística, como retribución a la «dirección de agencia», o sea, el valor del talento creativo que supervisa las operaciones mecánicas y artísticas. Aun en tales casos, sin embargo, el anunciante obtiene trabajos de calidad, a un costo menor del que le resultaría si operara por su cuenta o mantuviera un servicio propio.

3. Aparte de los dos casos anteriores, el simple margen del quince por ciento sobre el valor bruto de la propaganda, utilidad neta de la agencia, es de una magnitud apreciable si consideramos que varias de las principales agencias de La Habana, operaban con una facturación anual de un millón de pesos (dólares), lo que significa una utilidad en el año de ciento cincuenta mil pesos, para un negocio que podía instalarse y operarse con una inversión de ochenta mil pesos.

Eso explica la gran cantidad de Agencias Publicitarias que se crearon, y las inter-conexiones bajo cuerda. Había industrias que crearon Agencias Publicitarias «de fachada» y conservaban el control de sus acciones; había agencias conectadas directamente con las cadenas. Préstamos y operaciones de créditos a largo plazo entre industrias y emisoras, agencias y emisoras, agencias e industrias. Es decir, toda una ramificación de fuerzas, unidas entre sí como átomos de una molécula, formando la sólida estructura del poderoso monopolio radial.

BAILAN LAS MARIONETAS

Ya hemos descrito a artistas y productores, técnicos y locutores, como marionetas sujetas por los hilos que subían hasta los famosos Departamentos de Programas. Pero ahora los hilos pasaban de unas manos a otras, entre los tres factores. Planta, agencia y anunciante llevaban de un lado a otro la programación; y los artistas, moviéndose al tirón de los cordeles, saltaban como muñecos sin alma que bailan una danza sin vida, sobre el tinglado convencional del guiñol.

Al llegar a su etapa final, el monopolio tenía estas fases:

1. Las agencias, valiéndose de su influencia como medio comprador de tiempo, imponían a figuras improvisadas, convirtiendo en productores y directores a empleados de administración, sin experiencia técnica ni artística, desplazando a los veteranos que poseían una vasta experiencia profesional.
2. Artistas y locutores veían con frecuencia que se les cambiaba de horarios, se les transfería de programas o simplemente se

les cancelaba un contrato, después de muchos años de prestación de servicios. Podían quedar sin trabajo en cualquier momento pues la contratación era una facultad unilateral de las empresas.

3. Los anunciantes imponían sus criterios sobre todo lo relativo a los programas, a veces concebían tales disparates artísticos que los propios intérpretes se sentían sin ánimos para ejecutarlos, aunque cumplían las órdenes con tal de mantener su posición como artista de la radio.
4. Aquellas figuras que habían logrado navegar con suerte en ese océano de improvisaciones y, en algunos casos, poseedoras de más talento y capacidad profesional que la que podía emplearse en las labores que se les asignaba, se vieron obligadas a intervenir en comerciales, retratarse usando un producto, hacer «testimonios» y mezclarse de tal forma con los artículos anunciados, que ya no se sabía dónde terminaba un jabón y dónde empezaba una actriz. La simpatía y talento de artistas y locutores fueron explotados como recurso de venta.
5. Concursos, regalos y loterías de todas clases inundaron las ondas. Los premios pasaron a ser protagonistas de todos los espectáculos. El productor y los artistas se quedaron como simples títeres, bailando al compás de un comercial.

En realidad, con las agencias publicitarias había que agenciárselas; y si no, leamos este testimonio del actor y director Erdwin Fernández:

«A las dos de la tarde te esperan en la Publicidad Álvarez Pérez. Es para un comercial», me había dicho Juan Vilar, que era el responsable de repartos de CMQ. La citación me llenó de alegría; ¡me había caído un comercial! Esto significaba trabajo seguro por tres o seis meses (ninguna campaña duraba menos), en el mejor de los casos; o una actuación bien pagada en el peor.

En la agencia me informaron: «Es un nuevo producto. Ya tenemos el muñequito, pero nos falta la voz. Tú te encargarás de buscarle una que le venga bien.»

Toda la tarde estuvimos probando voces, hasta que encontramos la que le convenía al muñeco. «Fíjala», me dijeron.

«La grabación será mañana». Se trataba del peor de los casos: una sola actuación; pero al menos sería bien pagada.

Al día siguiente, en el estudio, antes de grabar, pregunté: «¿Cuánto?» «Por la tarifa. Bit. Siete cincuenta». «No, qué va», protesté. «Es muy poco. Ustedes la van a utilizar durante meses en radio y TV y yo la cobro una sola vez. Yo quiero cincuenta pesos». Y me negué a grabar.

Rigoberto Rodríguez, administrador de CMQ, me mandó buscar. «¿Has leído tu contrato?», me dijo, delante del representante de la agencia y del delegado de la Asociación de Artistas. «Estás obligado a concurrir al estudio que se te cite y a efectuar la grabación que se te señale, aceptando la tarifa aprobada por tu Sindicato.» Y me señaló la cláusula correspondiente. El delegado afirmó muy serio. «Está bien», dije. Y se señaló la grabación para el miércoles siguiente.

Con una copia del contrato fui al bufete de un abogado en la calle Ayestarán, el único abogado con anuncio lumínico que había en nuestro país, el doctor Rosas Guyón. Me lo habían recomendado como «habilidoso» y yo necesitaba un buen argumento, una buena defensa, para escaparme de la cláusula. El abogado me pidió detalles y le dio vueltas al contrato, hasta que por fin encontró la solución. Me cobró veinticinco pesos por la consulta.

El miércoles, a la hora convenida, llegué al estudio 4 de CMQ. Se dio la orden de comenzar y empecé a grabar con mi voz normal: «Yo me llamo Hepatrón. Antes, siempre estaba de mal humor...» ¡Corten!, gritaron de la cabina. «Así no, ¡con la vocecita que habíamos ensayado!», me dijeron. «Bueno, con la vocecita vale setenta y cinco pesos», respondí.

En la reunión con el administrador, el vicepresidente a cargo del personal artístico (Manolo Cores), la agencia y el delegado, repetí lo que me había enseñado el abogado del anuncio lumínico: «Busquen en el contrato. Ahí no dice nada de que yo tenía que poner una voz especial para actuar. Yo no tengo contratada esa vocecita. Una voz especial, si yo quiero hacerla, vale setenta y cinco pesos.» El vicepresidente fue el único que habló. «¿Y por qué

setenta y cinco pesos ahora?» «Porque le di veinticinco al abogado», contesté.

«Páguenle lo que pide», dijo el vice. «El abogado de él es más marañero que el nuestro.»
Y al otro día grabé.

EL ARCA DE NOÉ

En medio de aquel diluvio, no faltaron algunos esfuerzos aislados, tanto colectivos como privados, de los que intentaron que superviviera la especie.

Elementos enamorados de la profesión, por encima de la ola comercialista, continuaron en la búsqueda de nuevas formas de expresión. Poetas y escritores que, sin dejarse deslumbrar por las ganancias de las «series radiales», basaron su prestigio en programas aislados, con una verdadera responsabilidad literaria.

Directores que ensayaron nuevas técnicas en programas experimentales, sin hacer caso a las burlas y a la concebida frase: «Eso no lo oye nadie.»

Artistas estudiosos, de superación autodidacta, unidos a ciertos elementos de las Agencias y hasta de las propias firmas anunciadoras, se inspiraron en un buen sentido crítico y lucharon contra la invasión de la mediocridad.

Mas, a río revuelto...

LA ASOCIACIÓN CUBANA DE ARTISTAS TEATRALES

Machado (el «asno con garras», lacayo del imperialismo yanqui), y la burguesía que lo acompañaba en el poder, embriagados en una política económica al servicio de los intereses monopolistas norteamericanos, fueron entregando los teatros, cada vez más, al trust cinematográfico. Los artistas fueron desplazados de los locales que, hasta ese momento, habían sido sus centros de trabajo, para quedar, poco a poco, en el más desesperante desempleo. Los artistas, desarmados, sin una orientación ideológica que los condujera a una lucha abierta contra el monopolio cinematográfico, faltos de unidad y de un

organismo idóneo que los agrupara y dirigiese, se encontraban impotentes ante tal situación.

Por otra parte, el organizarse se hacía más difícil, no sólo por la persecución hacia todo lo que significara sindicato y organizaciones que velaran por sus intereses, sino que carentes de una ubicación clasista, creyéndose, en su inmensa mayoría, apartados de la clase obrera, diferentes de aquellos que trabajan en talleres y fábricas, imbuidos de una mentalidad pequeñoburguesa, no fueron capaces de organizarse durante las luchas del pueblo contra Machado, ni de tomar, colectivamente, una posición de clase.

No obstante, un grupo de actores que frecuentaba el café Yauco —por aquella época punto de reunión de escritores y actores de teatro— situado en las calles de Consulado y Virtudes, en La Habana, concibió la idea de agruparse. Este movimiento, encabezado por un consagrado del teatro cubano, Ramón Espígul, padre, Manuel Banderas, Manuel Colina y otros, no pudo cristalizar, quizás por la represión existente, además de la falta de unión en el seno de sus integrantes.

Al derrumbe de la tiranía machadista los artistas, al fin, lograron constituir la Asociación Cubana de Artistas Teatrales, a la que se adhirieron los artistas de circo. El impulsor de esta unión lo fue el propio Ramón Espígul padre. Con anterioridad se había fundado la Federación de Espectáculos de Cuba, cuyo secretario general fue Julio Tarrido. Más tarde fue electo para ese cargo Paco Alfonso.⁴⁰ Esta Federación fue la primera que logró reconocimiento oficial del movimiento obrero organizado. En ella tuvieron cabida la Asociación de Tramoyistas de Cuba, la Unión Sindical de Músicos de Cuba, la Sociedad de Electricistas, Utileros, Sastres y Similares de Teatro y la Unión de Porteros y Taquilleros de Teatro. Tiempo después de constituida, se unió a ella la ACAT.

40 Francisco Alfonso Hernández (*Paco Alfonso*). Actor, escritor, director de teatro, radio y TV.

En ese instante trabaja para el Partido Comunista de Cuba. Más tarde, en 1935, ya era militante del mismo.

La ACAT, en sus inicios, agrupó en su seno a los artistas teatrales, y de forma escalonada a los de circo y cabarets.

Los artistas de teatro comenzaron a desplazarse a la radio en busca de una fuente de vida.

Ante las primeras medidas de la ACAT, no obstante ser de carácter sumamente limitado, los empresarios comenzaron a ver con disgusto a la organización.

Esta organización desarrollaba específicamente una labor de socorro a sus asociados, que de hecho llenaba toda su actuación, desviándola del verdadero sentido que debió tener, de lucha y de defensa de los artistas en sus reivindicaciones más inmediatas.

En un balance general de tesorería correspondiente al mes de julio de 1935, se puede leer:

Subsidios a varios socios	\$145.00
Gastos de clínicas y sanatorios	\$221.90

Quizás por esto se decía en un artículo aparecido en la revista *El Artista*:

...porque existen a su lado hombres que los desprecian creyéndose superiores, solamente porque cuentan con un mísero salario y un AMO a quien no pueden ni se atreven a contrariar [...] Por eso gritan los de la Charca [...] Porque necesitan trabajar y sólo se les da medicina; porque quieren un Teatro suyo y sólo existen subsidios en una Caja de Socorros intocable, ¡como si el mejor socorro para el trabajador no fuera el trabajo! [...]

Y más adelante expresa el citado artículo:

...Hay que escuchar la voz de la calle, la voz de las masas que claman por trabajo, sin que se haga nada, absolutamente nada por proporcionárselo, sordos los oídos por el estampido absurdo del miedo a pedir a los gobernantes legislación adecuada, miedo de contrariar las iras de una Secretaría del Trabajo. Por no afrontar el problema desde los campos de la lucha contra el imperialismo, contra los monopolios ofensivos a la dignidad de hombres libres. Por temor a buscar el apoyo de las grandes masas hermanas que también sufren la pisotada de los monstruos capita-

listas [...] ¡Hay que echarse a la calle, hay que luchar con los de la calle, hay que unirse a la GENTUZA, hay que compenetrarse con el dolor de la *plebe* que clama, que grita, que vocifera pidiendo justicia, pan y trabajo! [...]

¿Quiénes son esos que gritan?

—Los de la Charca...

—Sí: los de la CHARCA

Firmado. *Paco* Alfonso
La Habana, julio 3 de 1935.

Los artistas teatrales se sentían incapaces de hermanarse a los trabajadores, sobre todos los dirigentes.

Después de las asambleas organizativas, preparatorias de la fundación y de confección del Reglamento por el que habría de regirse, se nombró una directiva provisional. La presidencia se le concedió al viejo y conocido actor Francisco Álvarez de Lara (*Paco* Lara) el 5 de septiembre de 1933.

Para la dirección definitiva fue elegida la siguiente Junta Directiva de 1933-1934:

Presidente: Julio A. Díaz

Vicepresidente: Guillermo de Mancha

Tesorero: Arnaldo Sevilla

Vicetesorero: Luis Ávila

Secretario: Álvaro Suárez

Vicesecretario: José López Ruiz

Vocales: Francisco Álvarez de Lara, Alberto P. Arrechavaleta, Manuel Colina, Eddy López, Isidro Laguna, Antonio Castell, Ervigio Pena, Mariana Fort y Mariano Meléndez.

Suplentes: Julio Gallo, José María Béjar, Fernando del Real, José Serna, Francisco Ferrer, Encarnación Ferrer, Julio Richard, José Valle y Rodrigo Prats.

Por Decreto Presidencial, al nacionalizarse los sindicatos, distintos miembros de las directivas de los mismos tuvieron que presentar la renuncia de sus cargos, ellos fueron los siguientes: *Ervigio Pena, Guillermo de Mancha y Mariana Fort*. La vicepresidencia pasó entonces a José de Artecona, y los puestos de vocales a: Alfonso de la Presa, Emilio Medrano, Luis Fabre, José A. Pérez, Santiago Valdés Rivero y Margot Alea.

En la toma de posesión de esta primera Directiva sucedió un hecho curioso y desacostumbrado en la historia de los movimientos obreros: fue pedida la no aceptación de la misma, o sea, se pidió su renuncia por ser calificados sus integrantes de rompehuelgas.

¿Qué motivó la actitud de *Paco* Alfonso, proponente y denunciante de la actividad de *rompehuelga* de aquella primera dirección de la ACAT? Había sucedido lo siguiente: Los empleados del teatro Martí de La Habana habían presentado un pliego de demandas al propietario del mismo, doctor Font, en el que se incluía aumento de salario y otras reivindicaciones. Al no ser aceptadas por la empresa, los empleados se fueron a la huelga, y los artistas, algunos de ellos miembros de la directiva electa, tomaron el puesto de los porteros, taquilleros, acomodadores y demás empleados. Habían roto la huelga de los empleados. La asamblea no aceptó la proposición de *Paco* Alfonso, y la Directiva, aunque resquebrajaba su moral, cumplió el período para el que fue elegida.

Le siguió en orden, para el año de 1934, la Directiva que presidía José de Artecona. Con esta Directiva las características anteriormente apuntadas se acentuaron. Es para esta que se publica el artículo que firma *Paco* Alfonso, cuyos fragmentos hemos citado anteriormente.

La Junta Directiva en su *Memoria anual*, que recoge el primer año de labor social, 1933-1934, publica un trabajo que titula:

«Exposición de la protesta de la ACAT por los excesivos derechos que pagan actualmente las Compañías Teatrales en Cuba por concepto de propiedad literaria», en el cual expone que:

Si tenemos presente la crisis económica, mundial, nacional y teatral principalmente, ya que el teatro en nuestro país, más que en ninguna parte, sufre un desplazamiento total, por el auge progresivo que va tomando el Cinematógrafo, cuyas recientes estadísticas de importación de

películas marcan un aumento considerable (véase la *Revista Cuba Importadora e Industrial* del mes de septiembre actual), espectáculo enéxico (*sic*) directo del artista de la escena y del músico, que acabará, aún más, por desplazarnos totalmente en nuestras actuaciones, hasta que despiadadamente, sin ambiente propicio, sucumba la clase profesional en la más abyecta de las miserias.

Creemos que este párrafo retrata de una manera más que objetiva la situación del artista en Cuba y la penetración de las compañías de películas en contubernio con los dueños y empresarios cinematográficos. Pero la masa pedía más que exposiciones de protesta. Éstas se perdían en medio de necesidades más apremiantes dentro de un sector que, a pesar de haber tenido toda la vida una fuerza extraordinaria, no se tenía en cuenta, por conocerse su falta de unidad.

A José de Artecona le sucedió Arnaldo Sevilla, el inmortal creador de numerosos tipos populares del teatro cubano. Hombre íntegro y caballeroso. De pensamiento progresista. Durante el período que fungió de presidente (1935-36), lo acompañó en la vicepresidencia Ernesto Lecuona, y Paco Alfonso trabajó como secretario de la Directiva.

Es a partir de ese momento que comenzaron a inquietarse los elementos pequeñoburgueses, los conservadores y reaccionarios, por haberse iniciado ya algunos contactos con las organizaciones obreras. El secretario firmaba al pie de sus comunicaciones: «Por los trabajadores del Teatro», y denominaba a los teatros «talleres de trabajo». Llovieron las protestas por estos conceptos del secretario, en una atmósfera que comenzaba a dividir a los asociados en elementos de mentalidad progresista y los que, mirando por arriba del hombro, se consideraban elementos privilegiados, artistas superiores. Dentro de los mismos, los de la radio, mejor remunerados, se creían los elegidos de los dioses.

Pero la lucha por hacer una conciencia clasista persistía.

En este período y con esta Directiva, se produjo un hecho que vino a consolidar un tanto el espíritu de unidad y sentimiento de clase del sector artístico: Se estrenaba *Lola Cruz* del maestro Lecuona en el teatro Auditorium, que pasó después al Principal de la Comedia.

Ya en este teatro la compañía comenzó las tandas dobles de los domingos, es decir, funciones de tarde y noche. Los integrantes del coro, para estas funciones de la tarde exigían la mitad de su salario. La empresa (Lecuona), burló varias veces el compromiso contraído con las coristas. Como no podía permitirse tal burla, el secretario, que además trabajaba en la obra, fue a la empresa, tratando de que se abonaran los salarios de las coristas de los domingos por la tarde. Inútil esfuerzo. No se abonó. Por tal motivo el secretario denunció el hecho ante la Directiva, y en un escrito se manifestó en contra de la existencia de un vicepresidente de un organismo de trabajadores que era, al mismo tiempo, patrono que burlaba los acuerdos de la ACAT.

Esta actitud produjo un gran impacto: Lecuona renunció a su cargo y Arnaldo Sevilla, aunque le daba la razón al secretario renunció también, por un equivocado espíritu de compañerismo con Lecuona, su compañero de candidatura.

La masa estuvo de acuerdo con la acción del secretario. Pero hubo crisis; crisis aguda, porque con ellos renunció una gran parte de la Directiva. Para solventarla, algunos compañeros fueron en busca de José de Artecona, no sin antes pasar por la provisionalidad de Alfonso de la Presa. Pasó, pues, un segundo período de José de Artecona. Guillermo de Mancha, que se había hecho ciudadano cubano, le siguió en turno. Un poco más liberal que los anteriores, pero sin afanes renovadores que sirviesen de estímulo a la masa de asociados. Sin una orientación verdadera, pasó su presidencia empeñado en el cumplimiento de la reglamentación social: caja de socorros; cuotas de tránsito para los artistas extranjeros; luneta de contribución obligada para las empresas (el precio de una luneta), y el no dejar trabajar a los artistas no asociados. (Cosas éstas que se cumplían unas veces, otras no.) Transcurría así el año de 1937.

Le siguieron Alfonso de la Presa y *Paco* Alfonso. Ocupando los períodos de 1938-1939 el primero, y 1939-1940 el segundo.

Ya en 1939 las orientaciones impartidas significaron un paso de avance extraordinario. La organización amplió su composición y su radio de acción, al incorporar a la masa de los trabajadores negros, masa desestimada por completo hasta entonces.

Para lograrlo, se echó abajo la cuota de entrada, pudiéndose ingresar en la organización con sólo el pago del recibo mensual de cuarenta centavos. Esto trajo un revuelo opositor dentro de

los elementos más reaccionarios, que no querían darle entrada a estos compañeros desplazados de los teatros, de los cabarets, de la radio y del circo. Con esta medida comenzaron a ser organizadas sindicalmente las agrupaciones negras, entre ellas Batamú y otras.

Hasta ese momento, los discriminadores habían logrado que «las parejas de rumba» quedaran desempleadas y sin oportunidad para trabajar en ningún sitio, pues al no ser asociados, no se les contrataba, salvo raras excepciones. Los integrantes de los distintos grupos integrados por negros, dedicados a los bailes afros, intérpretes de la obra *Tu-ru-ri, ñan, ñan*, también fueron organizados en la ACAT.

Se inició una campaña muy intensa sobre la construcción de escenarios portátiles, iniciándose una recolecta popular para recaudar fondos para los mismos. Una Compañía dramática recorrió la Isla divulgando la idea, que resultó un éxito; pero las intrigas de algunos dieron al traste con tan hermoso proyecto, para aquella época de desempleo.

Al mismo tiempo, se hizo un trabajo en favor del teatro cubano, en el que se abogaba por su adecentamiento dramático, es decir, separándolo un poco de la falsedad de sus tipos, reivindicando al negro como hombre. Se comenzaba a trabajar en firme por el logro de convenios colectivos de trabajo con las empresas radiales, de cabaret, de circo y teatro, además de los convenios o contratos personales de los artistas.

Se participó en un congreso de mujeres (III Congreso Nacional Femenino, La Habana, 18 al 22 de abril de 1939), del que se sacaron resoluciones en favor de la mujer artista, sin contar con que se estableció un verdadero contacto con los sindicatos obreros y con la CTC; a todos los congresos de ésta acudió una delegación.

Se inauguró un campeonato de pelota entre socios, formalizándose el Club de la ACAT.

Se instituyó un Comité de la Juventud, que agrupaba a los elementos más jóvenes, con objeto de que participaran en los movimientos progresistas de las juventudes.

Todos estos hechos que modificaban la actuación de la ACAT, al imprimirle una orientación más acorde con los fines de un sindicato de trabajadores, concitó la oposición de los elementos conservadores. No resistían el sentido revolucionario que iba tomando la política de la dirección de la ACAT, ni de

la Federación de Espectáculos de Cuba que, cada vez más, se adentraba en la sustentación de la ideología marxista, que seguían los obreros organizados de Cuba. Para ellos, la marcha del Primero de Mayo, el obligar a las empresas a paralizar sus funciones en este día, truncando sus ganancias y su explotación, para concentrar toda la atención en el acto político que se celebraba ese día; la paralización de los espectáculos pornográficos del teatro Shangai; todo eso y mucho más, que sería prolijo enumerar, terminó con la petición al presidente para que renunciara a su cargo. Distintas figuras destacadas de la Asociación se llegaron donde el presidente, para persuadirlo de que debía presentar su renuncia: todos salieron de su lado con la misma respuesta. «No. Solamente lo haré si la masa lo desea.» Y recordamos que así fue. En una asamblea, por mayoría de votos, le fue pedida la renuncia, y *Paco* Alfonso renunció. No duró su período presidencial más de cinco o seis meses.

Sus actividades dentro del partido, su firmeza en las orientaciones y su fidelidad a la clase obrera desesperó a sus enemigos políticos. No por ello finalizaron sus actividades dentro del seno del sector de los artistas. Permaneció en la dirección de la Federación de Espectáculos de Cuba, de la que hizo un baluarte para la defensa de sus compañeros.

Para sustituir a *Paco* Alfonso se nombró a Carlos Badías. Al año siguiente fue electo (1940-1941) el propio Badías, cuyo período se caracterizó por la vuelta a los años tibios, sin que pudiera destruir algunas conquistas que se consiguieron en el anterior. Al contrario, sufrió unas crisis terrible cuando el tesorero, Agapito Simones, saqueó los fondos sociales, al mismo tiempo que dejaba tras del desfalco una cantidad de deudas apreciables por su cantidad y significación. Le siguió Eddy López (1941-1942), continuando en el cargo hasta el año 1950. Cifraba Eddy López el éxito electoral en su gran simpatía. Era poseedor de esa cubanía *guasona* y simpática, reidora y bullanguera, que lo hacía granjearse el cariño y la amistad de todo el que lo trataba. Fue, pues, un presidente que todo lo solucionaba con una sonrisa y una palmada en la espalda. Pero la fuerza de las corrientes que lo rodeaban lo hicieron acometer tareas de bastante responsabilidad: la adquisición de La Casa del Artista, en Lagunas y Perseverancia, la compra y construc-

ción de la Casa Retiro del Artista, el pago del nueve cero nueve por ciento, y otras demandas menores de los artistas de la radio.

Bajo su presidencia y con la Federación de Espectáculos de Cuba, se libró una intensa campaña contra las empresas de Cine, por la contratación de músicos y artistas (*shows*). Esta campaña contó con el apoyo de la CTC que dirigía entonces Lázaro Peña.

Se efectuaron manifestaciones diarias, se colocaron «hombres sandwiches» en las puertas de los teatros, que decían: «Esta Empresa se niega a darle trabajo a los artistas cubanos.» Tomaron parte todos los artistas, desde los más encumbrados hasta los más modestos, con un espíritu de lucha extraordinario. Al fin, se convocó a una reunión con los patronos, presidida por el alcalde de La Habana, Manuel Fernández Supervielle.

Se llegó a un acuerdo, no sin grandes discusiones, y se firmó el Decreto-Ley que establecía los *shows* en las funciones cinematográficas. Esto quiso ser burlado, y ante la denuncia de la Comisión o Comité Organizador de la campaña, los empresarios fueron detenidos.

Comenzaron a trabajar los artistas en todos los cines de La Habana, de acuerdo con las características de cada lugar de ubicación o categoría.

Más tarde se volvió a burlar el Decreto-Ley. El Ministerio del Trabajo se hizo de la «vista gorda», lo mismo que Grau, quien, en definitiva, dio su apoyo a los intereses de la patronal cinematográfica y a las fuerzas imperialistas que se oponían a la intercalación de *shows* dentro de los programas cinematográficos.

Como ninguna vía resultaba exitosa contra la patronal y las compañías imperialistas, el Comité volvió a reunirse, y se tomó una medida de lucha más decidida contra la presión empresarial: se nombraron compañeros para acudir a los teatros y cines, interrumpir la función, subir al escenario un representante de la Comisión o Comité y comenzar a hablarle al público, exhortándolo a que no concurriera a los locales de teatro que habían sido robados a los artistas, y a los cines que no cumplieran el Decreto-Ley de los *shows*. Se hablaba ardientemente, hasta que llegaba la policía y detenía al orador. Al tener noticias el Comité de que había sido apresado el compañero, se avisaba a Mil Diez («la emisora del pueblo») y ésta, inmediatamente, lanzaba un *flash* en el que decía el cine y el nombre del compañero que había sido detenido. Todo esto formó un *show*,

que se repetía noche tras noche, hasta que el Comité en pleno fue detenido y conducido al Vivac de La Habana.

Pero todos estos intentos de lucha fracasaron: el poderío de las empresas cinematográficas era mucho y el Gobierno claudicó ante un tentáculo más del imperialismo en nuestro país.

Pero el Comité de lucha no se dejó amedrentar y preparó una huelga de trabajadores de cines, teatros y la radio, para forzar a que se reconociese el derecho de los artistas a trabajar en los teatros.

En vista de los acontecimientos, Goar Mestre reunió a todos los miembros de la CMQ, tanto artistas como empleados, y les planteó, en términos de represión y despido, la inconveniencia y peligrosidad que significaría para ellos, el ofrecer cualquier tipo de apoyo a la huelga.

Para la noche del día en que se inició la huelga, la CTC, que ya tenía Mujal bajo su control, convocó a una asamblea general extraordinaria, aceptada por la dirección del sindicato, con el único objetivo de romper el movimiento huelguístico. De aquella asamblea fue sacado, por medio de engaños, el compañero *Paco* Alfonso, a quien al llegar a la puerta de la emisora le salió al encuentro el SIM, trasladándolo a Columbia, donde estaban situadas las oficinas del aparato represivo de la tiranía.

La huelga se perdió. Fácil es adivinarlo cuando se conocen las fuerzas que actuaron contra los artistas y sus organizaciones: el imperialismo yanqui, la burguesía patronal y pro-norteamericana, de la que era personero Goar Mestre, y la CTC, manejada por Mujal, traidora a la verdadera organización de los trabajadores y a la ideología revolucionaria.

Esta huelga tuvo tanto ribetes políticos como económicos, por ser la primera vez que los artistas y los músicos, así como las organizaciones afines, se enfrentaron a las fuerzas represivas más poderosas, como lo eran las compañías distribuidoras de películas, los dueños de las salas cinematográficas y las empresas de la radio nacional, verdaderos servidores de las fuerzas monopolistas norteamericanas, más la traidora CTC mujalista, vendida a tales intereses.

Esto del movimiento de huelgas sucedía, además, frente a Fulgencio Batista, en 1953, al año de haber asestado el criminal golpe contra la República, el 10 de marzo de 1952.

Presidía el organismo en los momentos de producirse la huelga, Rubén Savón, quien se atrajo las iras de la patronal por

haber permitido el movimiento. Transcurridos unos días, los elementos pro-patronales exigieron una asamblea general para, obedeciendo los dictados de Goar Mestre y de la Federación de Radioemisores, pedir la renuncia de Savón. Estos factores contrarios fueron derrotados. La razón era poderosa, antes que el dictado de la patronal, la unidad de los trabajadores y el sentido clasista de los mismos. Aunque no se estuviese de acuerdo con Savón por sus desaciertos, en aquel momento no se podía aceptar la intromisión de la patronal, y la masa respondió al dictado de la lucha de clase.

Hay un hecho que se suscitó en este movimiento que es digno de destacar:

Los compañeros Enrique Íñigo y Antonio Hernández, entre otros, designados para suspender las transmisiones en el Circuito CMQ, se reunieron con Goar Mestre, estando presente el Maestro González Mántici. Este, a nombre de los componentes de la Orquesta CMQ que él dirigía, le dijo a Mestre: «Si los artistas van a la huelga, los músicos vamos también.» Simultáneamente con esta reunión, hicieron acto de presencia en los estudios donde realizábamos las transmisiones y grabaciones, los compañeros Ramón Espígul, hijo, Roland Bill y otros, con el fin de suspender la labor que se estaba haciendo, no sin antes explicar el objetivo que se perseguía.

Hemos dejado a un lado la línea cronológica de los presidentes que se sucedieron en la asociación, para dar unido todo lo relacionado con el problema de los *shows*, que resultó una de las batallas más importantes y que sirvió para una mejor orientación de lucha al sector artístico en general.

Volviendo al ordenamiento de los hechos y de la sucesión de los presidentes en la ACAT, diremos que Eddy López, el presidente que más tiempo duró en el cargo, fue destituido en 1950, después de haberse postulado para Concejal por el Ayuntamiento de La Habana; postulación en la que gastó todos los fondos del nueve cero nueve con el compromiso —según expresara— de devolverlos cuando saliese electo. Eddy López, después del escándalo que suscitó al tomar los fondos de la ACAT para otros fines, los repuso. No obstante, fue destituido en una asamblea que, además, acordó su expulsión del seno de la ACAT. El resultado de todo esto para Eddy López: ni Concejal ni presidente de la organización.

Le sucedieron: Juan Lado, 1950-1951 y 1951-1952 (reelecto); Rubén Savón, 1952-1953 (en la presidencia de Savón se produce la intervención, por mandato de Mujal y de los empresarios de espectáculos). Y ocupa la presidencia provisional, Leopoldo Fernández, *Pototo*, (1953); Leopoldo Fernández (electo) 1953-1954.

Apoyándose en la influencia de Eusebio Mujal, que dirigía la descomposición y la división de los trabajadores, Leopoldo Fernández aspira como presidente efectivo, y sale electo por una ínfima mayoría de votos, ya que casi nadie acudió a las elecciones.

La lucha contra la intervención, pedida por los radioemisores y apoyada por Mujal, fue dura y difícil. Las empresas apoyaban a Leopoldo Fernández y Eusebio Mujal quería imponerlo. Los elementos unitarios cerraron las puertas de la Casa Social y clavaron en ella una bandera cubana y un retrato de Martí. Acompañados de policías, se personaron en el local los intervencionistas, arrancaron el retrato y la bandera, y forzaron la puerta de entrada, tomando Leopoldo Fernández posesión, en nombre de la intervención mujalista.

Prácticamente, por haberse postulado Leopoldo Fernández al término de la provisionalidad de la intervención, ésta continuó al salir electo para un período efectivo.

Ansiosa la masa de sindicalizados de salir de aquella situación y de la influencia de Mujal y las empresas, llevaron como candidatos a Luis López Puentes y a Juan Lado, que volvió a aspirar. Luis López Puentes, en el conteo de los votos, le ganó a Juan Lado por un voto. Éste impugnó las elecciones, alegando que había una boleta de más. Acusó al presidente de la mesa electoral (*Paco* Alfonso), de parcialidad. Intervino Mujal en la contienda a favor de Juan Lado.

Ante la injusta impugnación se movilizó la masa: radio-mitines,⁴¹ reuniones de partidarios, polémicas de Mujal y *Paco* Alfonso por la TV y la radio, etcétera. Al fin, se llegó a la

41 El radio-mitin contra Mujal fue en la radioemisora CNC. La comisión la formaba, entre otros, *Paco* Alfonso, Luis López Puentes y Ramón Espígul hijo. Allí se le recordó a Mujal su expulsión del Partido Comunista en Guantánamo, por robarse los fondos.

conclusión siguiente: anular las elecciones y celebrarlas nuevamente, con los mismos candidatos. El triunfo de Luis López Puentes fue arrollador (1954-1957). Bajo su mandato se confeccionaron y aprobaron los nuevos estatutos, el 30 de septiembre de 1955, por resolución del Ministro del Trabajo. La duración de los cargos de la Junta Directiva sería por dos años, pudiendo ser reelectos todos según el Artículo XXXI.

Más tarde, un protegido de Mujal, César Pomar, ocupó la presidencia. Lo primero que hizo fue aumentarse el sueldo de doscientos a quinientos pesos mensuales. Nunca descendió tanto la organización de los artistas.

Durante el período de este inescrupuloso personaje, que no era artista, sino un elemento salido de lupanares, llegó el triunfo de la Revolución, y fue sacado de allí. El personajillo abandonó el país.

Tomó las riendas de la sociedad una Comisión Provisional Revolucionaria formada por Ángel Espasande, Manolo Estévez, Pedro Álvarez, Gabriel Salum, *Paco* Alfonso, Carlos Duffar, René de la Cruz, René Rodríguez y Florencio Escudero. Se convocaron las elecciones. La Comisión propuso a Ángel Espasande para la presidencia, creyendo que podía ser un candidato único, pero salió a enfrentársele Manolo Fernández. Éste desarrolló una campaña anticomunista, demagógica, en que desató la calumnia como medio propicio a sus aspiraciones. Triunfó en su empeño. En su línea divisionista llegó hasta el X Congreso Obrero, que se efectuó después del triunfo de la Revolución, y allí, como todos los oportunistas y enemigos de la Revolución, enarboló junto con otros la famosa frase, refiriéndose a los que vestían el verde olivo, que habían sido los héroes de la derrota de la dictadura: «verdes por fuera y rojos por dentro». «Eran los melones.» Esta situación levantó en peso a la masa, y en una histórica asamblea celebrada en el teatro Martí de La Habana, abarrotado a más no poder, fue destituido bochornosamente.

En otra Asamblea Extraordinaria fue elegida para sustituirlo Violeta Casal, la popular actriz, y locutora de la Sierra Maestra.

El Asilo de Artistas, que después se llamó La Casa Retiro del Artista, funcionó hasta el triunfo de la Revolución. Cuando ya el número de retirados era mínimo, el Gobierno Revolucio-

nario dispuso que el resto de los compañeros ingresados allí pasaran a un Asilo estatal.

ANÍBAL AD PORTAS... ¡LA TV!

En la antigüedad fue célebre la sorprendente noticia de que los ejércitos de Aníbal estaban a las puertas de Roma. El pánico y confusión que conmovió a los romanos de la época clásica no fue mayor que la agitación provocada en la familia radial cubana con la llegada de la televisión.

A diferencia de la radiodifusión, que penetra en Cuba por un lento proceso y se desarrolla por etapas, la televisión irrumpe en el año 1950 con un impulso arrollador, como si quisiera dominar todo el campo de los espectáculos en la segunda mitad del siglo. Su línea es la improvisación. Su principio: la audacia. Y en vez de impulsar una superación del medio radial, como natural proceso de evolución, la TV creó un nuevo caos, al romper el equilibrio de fuerzas en el «triángulo del monopolio».

Los radioemisores (empresas) habían hecho todo lo posible por demorar el acontecimiento. Grandes inversiones en la radio esperaban por un largo período de amortización de capital; estrellas y patrocinadores mantenían un alto nivel de producción; había personal experto en las técnicas del anuncio, grandes presupuestos, concursos y *ratings*. ¿Para qué traer al medio cubano las complicaciones de la TV?

Sin embargo, la televisión fue introducida, como resultado de las contradicciones que, inevitablemente, tenían que surgir cuando la radiodifusión pasó, de expresión de arte, a un sistema de explotación basado en el monopolio.

En 1949, en la celebración del XVI aniversario de la Fundación de la CMQ, Goar Mestre ofreció un banquete a las Agencias de Publicidad. En uno de esos barrages de propaganda a los que era tan adicto, Mestre hizo el recuento de los progresos alcanzados por su empresa, y habló de los grandes planes futuros: el Circuito CMQ proyectaba iniciar experimentos televisados para dentro de tres años. Es decir, en 1952.

Al año siguiente, en 1950, se inauguró la primera emisora de televisión en Cuba que fue, al mismo tiempo, la tercera en la América Latina, y tuvo por ello una repercusión continental.

Los planes de Goar Mestre se alteraban en varios aspectos: no habían pasado tres años, ni había sido la CMQ la que pusiera en el aire la imagen. Por el contrario: la televisión atacaba al monopolio radial.

EL INFANTE TERRIBLE

¿Por qué surgía la TV en 1950? Había, sin duda, un niño travieso con un juguete que llamaba la atención...

El niño se llamaba Gaspar Pumarejo. El juguete fue una planta de televisión que, de modo sorpresivo e inexplicable, se puso a lanzar imágenes en la esquina de Mazón y San Miguel.

Cuando se empezó a hablar del asunto hubo dudas, burlas y desconfianzas. Los propios ingenieros de la RCA advirtieron a Pumarejo que no era posible tener terminada la instalación para la fecha que había escogido como inauguración.

Sin embargo, trabajando con alta presión y aplicando la táctica de «hay que hacerlo y sale así», se instaló el equipo indispensable para poner una señal en el aire en la fecha previamente anunciada.

Una noche ocurrió la Premier de Gala, y todas las estrellas, anunciantes y personalidades del ambiente desfilaron frente a las cámaras de televisión —entre ellos, el que escribe—, «para saludar al público». Ya no cabían dudas: Pumarejo había establecido la televisión en Cuba y una nueva palabra estremecía el ambiente: «Canal 4».

Porque ya no se hablaba de kilociclos. La gente empezó a decir *canal*, y se repetía una nueva palabra, importada de Norteamérica, con cierto aire clásico de origen latino: ¡*video!*

Este Gaspar Pumarejo tiene una historia pintoresca, como el último aventurero español. Un *conquistador* que no alcanzó los barcos de Pizarro y Cortés, y vino «a hacer la América» en pleno siglo XX.

De origen montañés, comenzó en un oscuro puesto como «dependiente de comercio» en la casa Humara y Lastra. Era éste un viejo almacén importador de la calle de la Muralla, donde se refugiaba, en La Habana Vieja, el antiguo comercio español sobreviviente de la época colonial. No se sabe cómo, Humara

y Lastra se convirtió, un día, en agente exclusivo en Cuba del gran trust radial yanqui RCA-Victor.

De allí, Pumarejo saltó a los micrófonos. Hay un ciclo borroso *de cantor de tangos*, curiosa etapa por la que pasaron muchas de las figuras estelares de la época. Pero su personalidad se fija en la primitiva CMQ donde, como ya dijimos, lanza como director y locutor, el radioperiódico La Palabra.

Aquí se manifiestan ya los rasgos psicológicos que van a determinar su espectacular trayectoria. Pumarejo no es un creador, no tendrá nunca ideas propias. Pero posee una rara habilidad para captar una idea ajena y desarrollarla en una forma sensacional y fantasiosa, de tal modo que la copia deslumbra más que el original. Para explotar dicha habilidad cuenta con dos facultades: una audacia sin límite, y una desconcertante irresponsabilidad.

Pero este Aquiles también tiene su talón: inconsistencia. Con la misma velocidad que eleva un negocio, lo deja caer, por falta de organización, por una carencia total de capacidad constructiva. Además, gusta de mezclar el personal que le rodea con las complejas actividades de una vida privada adicta a las emociones fuertes, el confort lujoso, las diversiones *exóticas*.

Pumarejo sale al aire por CMQ, como explicamos, imitando a la EAQ de Madrid, con un «diario» que consiste en que un solo hombre lea las noticias aparecidas en los periódicos impresos, separándolas con una serie de timbres, campanas y cornetas, en una forma *peculiar*, que acababa por causar gracia en la audiencia.

Como repite una frase característica para comenzar: «Aló, Aló... Aquí el periódico La Palabra»..., el público le pone un sobrenombre al nuevo locutor: lo llaman «Aló-Aló».

Pumarejo descubre dos cosas: que la audacia puede darle un camino, y que su persona despierta *simpatía* en el público.

Más tarde abusará de esa simpatía hasta convertirse en el trágico personaje de «un rostro en la multitud». Pero el dependiente de Humara y Lastra ha realizado ya su primera hazaña: un hombre tartamudo, que personalmente sufre un serio trastorno del lenguaje, se transforma en ameno locutor de radio y hace popular un periódico titulado La Palabra.

Cuando se inaugura la famosa Cadena Crusellas (primera serie espectacular de grandes audiciones radiales, con figuras

extranjeras), ya «Aló-Aló» tiene suficiente fama para ser contratado como maestro de ceremonias, en unión de otra figura que surge, en la *Fiesta Radial del Jabón Candado*. Se forma el binomio Artalejo-Pumarejo como animadores del más importante espectáculo del mediodía, que al principio es radiado en la COCO y retransmitido por CMQ, y más tarde se produce directamente en los estudios de Monte y Prado.

Unos años después, la firma Crusellas lo separa, por desacuerdos sobre el manejo y la retribución de los artistas. Tras algunas actividades independientes, viajes a México y conexiones con espectáculos de teatro y cabaret, Pumarejo aparece ligado a Goar Mestre. Primero, como director de radio en su agencia Mestre y Godoy; más tarde, al comprar la CMQ el previsor Goar, que mueve sus primeros peones en el complicado ajedrez radial, decide apoyarse en la experiencia y audacia del antiguo dependiente de la calle de la Muralla.

En el término de tres años, las discrepancias y contradicciones surgidas entre el magnate y su asesor, culminan en la renuncia de Pumarejo.

El control ejercido en CMQ con artistas, contratos y relaciones extranjeras le permiten ya fundar su propia empresa: Unión Radio, nombre que toma de la radioemisora de onda larga de Madrid.

Vuelve a copiar ideas: esta vez, un sistema observado en XEW: Radio Programas de México. Pumarejo intenta crear un sistema cooperativo de emisoras. Su planta matriz graba en La Habana una serie de programas, que se retransmiten por medio de discos en los eslabones provinciales.

Con ello, intenta contrarrestar la fuerza de las «cadenas de radio» y ofrece una nueva «peculiaridad», la posibilidad de que cada anunciante escoja aquellas emisoras que mejor cubren sus zonas de ventas, mediante tarifas flexibles y selectivas. Es decir, una «cadena» a la medida del anunciante.

La idea es práctica, pero requiere una organización que él es incapaz de sostener, y pronto entra en crisis. Abusando siempre de la simpatía que su personalidad despierta en los oyentes, el gran aventurero de las ondas se lanzó a una campaña nacional de promoción financiera.

Propuso la venta de acciones de Unión Radio entre los oyentes: recorrió las provincias, presentándose como «víctima

del monopolio radial» y como un «héroe solitario» frente a la poderosa dinastía de los Mestre. Reunía en las plazas, con espectaculares actos públicos, a los alcaldes, senadores y figuras prominentes, mezclados con sus numerosos simpatizadores. Allí, tras discursos patéticos, proponía los títulos de crédito, para «convertir al pueblo en accionista de una empresa de radio, sostenida por los propios oyentes».

Aunque no faltaron incautos que, de buena fe, apoyaron esa campaña, los capitalistas que buscaba Pumarejo decidieron mantenerse expectantes. Tal vez no pudieron definir cuál de los dos era más peligroso entre el monopolio Mestre y Pumarejo.

Ante el fracaso, y cerrado ya todo camino de regreso para nuevos experimentos radiales, Pumarejo se lanzó a una nueva aventura. Esta vez iba a ser un golpe maestro.

Si los Mestre dominaban definitivamente la radio, no quedaba más que una fórmula audaz: ¡había que traer la televisión! y la televisión se trajo.

El jueves 12 de octubre de 1950 se efectúa en Cuba la primera prueba, en circuito cerrado, de los equipos de televisión. A las 4 p.m. del sábado 14 de octubre, Gaspar Pumarejo realiza la primera aparición frente a los micrófonos de Unión Radio Televisión. Solamente se oyó su voz, explicando que a las 7 p.m. se pondría la señal en el aire.

A la hora indicada, los televidentes vieron por vez primera ante sus pantallas el patrón de pruebas.

El lunes 16, desde la 1 p.m. hasta después de las 8 p.m., se transmiten vistas fijas, se pasan *tell up* y Pumarejo habla de la próxima inauguración, a la vez que felicita a los técnicos.

Esa tarde, un grupo de artistas que nos encontrábamos presentes en el estudio de televisión, salimos en la pantalla dialogando acerca del acontecimiento.

El martes 17, previa citación, nos reunimos en los estudios de Mazón y San Miguel: Carlos Robreño, *Marujita* García, *Cuqui* Ponce de León, la *India de Oriente*, Raúl Castellanos, Eduardo Casado, Raquel Revuelta, François Baguer, Ernesto Gallardo, Alfredo Perojo, Margarita Balboa, Enrique Pumarejo —administrador de Unión Radio—, y el autor de este libro.

Gaspar Pumarejo, de manera informal, a medida que animaba nos iba presentando. Llegado mi turno, recité una estrofa de

la rima LIII («Volverán las oscuras golondrinas») de Gustavo Adolfo Bécquer, como la recitarían distintos personajes.

Los televisores instalados en el local eran marca ZENITH, pantalla círculo gigante, no tipo rectangular.

El martes 24 de octubre, a las 12:30 p.m., el presidente de la República, Carlos Prío Socarrás, inauguró oficialmente desde el Palacio Presidencial la primera emisora de televisión cubana: Unión Radio Televisión, Canal 4.

Se debe destacar que, al igual que la radio el 10 de octubre de 1922, el primer control remoto de televisión se realiza desde el Palacio Presidencial y por un presidente que, aunque no habló en inglés, fue también un fiel cumplidor de las órdenes del imperialismo yanqui.

ESLABONES DE LA CADENA

El monopolio no estaba dispuesto a permitir que, por una osadía imprevista, se desintegrara su sólida estructura. Sabía que el nuevo competidor no podría sostener a largo plazo las enormes exigencias técnicas, artísticas y económicas que plantea la operación de un sistema comercial de TV.

Forzado por los acontecimientos, el clan familiar de La Rampa modificó sus planes, se lanzó a la aventura de la imagen, y puso a funcionar todo su mecanismo comercial y financiero, por un camino más ancho: de dos carrileras. El día 18 de diciembre de 1950 se inauguraba el Canal 6 de televisión en la CMQ.

Se entró en una competencia estrictamente comercial, donde no hubo superación artística, ni búsqueda de fórmulas estéticas.

Fue una pugna por dar mayores facilidades a los anunciantes, ceder la iniciativa a los genios de agencias y sostener el sistema con los *comerciales*, más que con programas.

En esa batalla inicial, Radio Centro contaba con la ventaja de su organización interna, frente a la improvisación e ineptitud de Pumarejo. Autores, artistas y productores estelares de CMQ se firmaron inmediatamente «para Radio y TV».

Se llegó a lo absurdo, tratando de recuperar el tiempo perdido. Sin tener en cuenta las diferencias de superficie, estudios radiales construidos con cuidadosa acústica, fueron

destruidos para convertirlos en video-estudios. La precipitación no permitió que se hiciera el diseño adecuado, y magníficos estudios de radio se transformaron en deficientes estudios de video.

Las unidades de TV: cámaras, decorados, iluminación, se apropiaban de todas las reservas del presupuesto, mientras nadie se atrevía a sugerir la compra de unidades para la radio, aquella cosa que, al parecer, estaba ya *pasando de moda*.

Radio Centro dominó la situación. El tiempo, enemigo permanente de Pumarejo, lo condujo de nuevo a la crisis, aunque más tarde reapareció como promotor de una nueva serie de programas y concursos de televisión que volvieron a enriquecer al insumergible y travieso montañés.

Mestre pudo absorber la televisión sin alterar las estructuras de su empresa. Todo lo contrario: en el orden comercial, los programas de video, en vez de ser un conflicto, vinieron a reforzar su sistema. Hicieron más fuerte y productiva, con los nuevos eslabones, la poderosa cadena de negocios que operaba desde La Rampa, Avenida de la Publicidad.

EL ESLABÓN MÁS DÉBIL

Muchos olvidaron el viejo proverbio: «Una cadena es tan fuerte como su eslabón más débil.»

El interés de empresa se concentró en el video y subestimó a la radio, a pesar de que, en las primeras etapas, la televisión sólo dejaba pérdidas, por su alto costo de operación y el limitado número de patrocinadores.

Los ingresos de la radio compensaron las pérdidas en TV. Esa circunstancia, de la doble operación, le dió a los Mestre la supremacía. Sus competidores, operando sólo sistemas de TV, no tenían medios de *equilibrar* su contabilidad. Las distintas empresas independientes que surgieron tuvieron sucesivos fracasos económicos. En el trasmano de acciones, canales, alianzas y financiamientos, el monopolio Mestre se quedó con el control de los tres canales de video.

Amadeo Barletta, especulador italiano, rivalizaba en negocios con los Mestre. Éstos le habían arrebatado un jugoso ramo de importación de automóviles, al lograr dividir la representación en Cuba de la General Motors. En represalia, el

millonario Barletta hizo una fuerte inversión en el Canal 2, que luego subarrendó a Pumarejo para una serie de programas, que presentaron fuerte competencia a Radiocentro.

Pero, fuera de ese reducto de resistencia, el Circuito CMQ dominaba los eslabones siguientes: Radio CMQ, con una cadena telefónica y ocho plantas retransmisoras en toda la Isla; Radio Reloj, dando la hora y noticias; Radio CMBF, con programas musicales selectos; CMQ-TV, Canal 6 (con el Canal 4 refundido), CMBF-TV, Canal 7.

Posteriormente, CMBF operó el Canal 4, y el Canal 7 se reservó para una empresa que televisara programas filmados, controlando el doblaje de material en inglés y la importación de películas de «largo metraje». Se planearon también cortos musicales y «kinescopios», para establecer en toda la América un sistema similar al de las grabaciones de la radio, distribuyendo material filmado a las plantas de televisión.

En la exhibición de películas se combinaba el teatro Radio-centro, que permitía importar estrellas internacionales para presentarlas en CMQ (radio y TV), en el teatro y en los *shows* de Tropicana, Montmartre y los grandes Casinos de los hoteles de turismo. En toda esa cadena de negocios, la más sacrificada fue la radio: el eslabón más débil de la cadena. Artistas, locutores, directores y técnicos, enamorados del nuevo medio, tenían que someterse a los métodos Mestre. La radio se fue quedando sola, como un gigante dormido. Y nadie tuvo en cuenta que seguía siendo un gigante dormido. Frente a unos miles de televisores en centros urbanos, seguían funcionando, en ciudades y campos, por todos los rincones de Cuba, más de un millón de receptores de radio.

VIDEO VERSUS RADIO

Surgida en forma imprevista, sin planes ni organización, sin haberse estudiado su gradual adaptación al medio cubano, la televisión creó un caos dentro del ambiente, complicado ya por deficiencias internas. He aquí las consecuencias:

1. Muchos artistas noveles, por razones fotogénicas, se impusieron rápidamente en el video, sin tener una preparación profesional. La fama en TV impuso en la radio, con rango estelar, a figuras que desconocen el micrófono.

2. Por idénticas razones de fotogenia, se convirtieron en estrellas artistas que fueron mediocres en la radio, y que elevaron artificialmente su categoría. Los planos, luces y ángulos de cámara con que los productores defienden a muchas figuras, son factores de video que no concurren en la radio, donde la calidad hay que darla en la voz.
3. Ante la necesidad de memorizar y ensayar continuamente, los mejores elementos de la radio la abandonaron, para dedicarse a la televisión.
4. Los nuevos elementos que entraron a la radio, sugestionados por el video, veían el programa radial como un medio, y no como un fin. Hacían radio para llegar a la TV, y no le daban al medio todo el interés, el estudio y entusiasmo que demanda una seria carrera radial.
5. Al emplear el mismo personal para ambos medios, fue necesario dar prioridad a los ensayos y montajes de la televisión. Los programas de la radio, al ser grabados en serie en horas matinales, cayeron en una espantosa rutina.
6. Se llegó a grabar hasta seis programas de quince minutos en una sesión sola, para dejar libres a los artistas que actuaban en TV. Con la simplificación de ensayos y montajes radiales, la calidad bajó enormemente, la disciplina quedó rota. Fue subestimada la producción radiofónica.

Como todos querían ganar más, la cantidad sustituyó a la calidad. El falso desarrollo de valores inflados por la propaganda, los concursos y surveys llevó la etapa de monopolio al punto máximo de sus contradicciones.

Era como una torre de Babel, que amenazaba venirse abajo al primer sople fuerte del viento. Y el sople llegó entonces... Una ráfaga violenta de aire que bajó de la Sierra Maestra.

MIL DIEZ: LA EMISORA DEL PUEBLO

En la historia de la radiodifusión en Cuba —y quizás el ejemplo puede extenderse a la esfera internacional—, Mil Diez, la emisora del pueblo, como se le llamaba, constituye un caso de

excepción, que amerita un estudio especial en la historia de la cultura, de las luchas sociales y de las ideas políticas en nuestro país. Y creemos que de él se desprenderá una especial connotación de valor: en su persistencia en la formación de cuadros en todas las técnicas y funciones de la radio; en su servicio al auténtico pueblo y a la cultura; en su guerra abierta y constante contra la mercantilización de la cultura y su desfiguración en negocio, Radio Mil Diez no tuvo equivalente en su tiempo y sigue siendo un ejemplo no igualado todavía, de servicio social de la radiofonía. De ahí una frase que ha llegado hasta nuestros días: Antes de Mil Diez y después de Mil Diez. Mil Diez fue siempre una emisora al servicio de los trabajadores, siempre nacional y, al serlo, siempre internacional. Por sobre toda divergencia, por sobre toda oposición a su estilo, que era el del movimiento político que la creara, se impone históricamente el hecho de que fue, en su tiempo, la expresión radiofónica, alta y calificada, de la independencia y de la soberanía nacional, del antifascismo, del socialismo, del comunismo y del internacionalismo proletario. Pero, a la par, constituye la reestructuración revolucionaria de la organización radial, transformación del tono y del estilo de expresión y del empleo de los medios técnicos radiofónicos, cuyo modelo importado e impuesto como lo único superior, procedía, como hemos dicho, del mercado norteamericano y de su esquema mercantil.

Resultará esclarecedor, para investigar los esfuerzos previos que determinaron la creación de Mil Diez, estudiar cómo fue que, antes de la aparición de esa emisora, se manifestó el pensamiento marxista-leninista en los programas radiofónicos previos, que hubo de crear y sostener el partido de los comunistas cubanos.

En esos casos se tenía que apelar a estaciones de segunda o de tercera y emplear un personal carente de experiencia. De eso resultaban cosas buenas y otras malas. Pero lo que sí denotaba todo ello era que el partido comunista había calibrado el papel social de la radiofonía, su importancia como medio de comunicación con las masas, su capacidad de traslación y de continuidad, su poder de impacto.

Eso implicaba un juego nuevo de la noticia, del canto, del drama, del chiste, del aviso, del comentario, de la protesta. Era trabajar con un sentido de lo actual distinto. Mediante ensayos

que se habían hecho con anterioridad, poniendo en práctica técnicas traídas y ensayadas en Francia por Alejo Carpentier, se sabía de todo lo nuevo que se podía aportar.

Al repasar el material informativo y documental político de esa época; al recordar cosas que se hicieron y en las que participamos como integrantes del elenco; al examinar la documentación existente constreñida al mismo período histórico; al conversar con los actores de más experiencia que han sobrevivido hasta alcanzar el triunfo y la realización revolucionaria cubana, un hecho se sobrepone a todos los otros: el partido comunista había adquirido la experiencia de que todo lo suyo dependía de sí mismo, que la mejor alianza resultaría provisional, transitoria y débil, que toda posibilidad de supervivencia emanaba de su propia capacidad para moverse en el campo de las acciones públicas, lo que incluía la posibilidad de expresar sus puntos de vista. Por otro lado, había ya explotado una vía legal y creado un órgano público diario de propaganda, educación, orientación y organización: el periódico *Noticias de Hoy*.

Sin embargo, el enemigo tenía ya, y en pleno desarrollo, un vehículo de agitación, un proveedor de noticias, opiniones, versiones y comentarios de mayor alcance, rapidez y flexibilidad que el periódico impreso, y más apto, en consecuencia, para las actividades de agitación y para la deformación de los criterios públicos, por la vía de la impresión rápida, que la hacía aparecer como directa, y por el efecto doblemente impresionante de la expresión oral, que podía alcanzar en cada caso la extensión que permitiera las posibilidades de la técnica en uso. Era la radio, la que a partir del 2 de noviembre de 1920 y, como ya dijimos, emerge como un medio de transmisión del pensamiento reaccionario, exaltado como un producto «superior» de la cultura burguesa.

Bajo esas condiciones se introdujo en Cuba, y, bajo las mismas, alcanzó un potencial, probablemente no igualado en América Latina, por la calidad de su producción y, acaso, por la adopción de las mejores formas del modelo norteamericano, que aplicaba en el campo de la información radial la política de colonización.

Esa es, en términos generales, la situación que encontró el Partido Unión Revolucionaria Comunista en 1943, cuando se crea Mil Diez.

Pero en 1940, en una asamblea nacional del partido, efectuada el día 7 de abril, al exponer y analizar las perspectivas políticas de la organización, Blas Roca, secretario general, plantea que tiene que sacar no menos de doscientos miembros electos a los cargos públicos de senador, representante, consejero, concejales y alcaldes, y que esos cargos representarían para la caja del partido «no menos de veinte mil pesos mensuales», ya que las asignaciones a cada elegido se limitarían a un máximo de trescientos pesos mensuales.

Con esos veinte mil pesos: «los primeros nos servirán para tener imprenta propia y servirle al pueblo el mejor y más veraz periódico de Cuba». Y añadió: «Con 20 mil pesos mensuales nosotros podemos llegar a tener una potente emisora de radio, que facilite que nuestra voz se oiga en Cuba y en el mundo.»

Y para la historia de la radio en Cuba, para el papel desempeñado por Mil Diez en ella, es importante tomar en cuenta el valor de esos propósitos: hacer el mejor periódico de Cuba, dotado de talleres propios, y crear una potente emisora que actuase como voz del partido de los trabajadores y del pueblo, conforme era calificado.

En el orden de los términos históricos de producción y desarrollo de los medios de comunicación con las masas, el periódico *Hoy* había ocupado ya, en 1943, el primer lugar, más allá de la circunstancia meramente cronológica. Aparecía la información, la misma que ofrecía la restante prensa impresa, pero ofrecida desde un punto de vista de la clase proletaria. *Hoy* publicaba todo lo veraz e importante, las noticias que los demás omitían. Eso implicaba la crítica, el análisis, la documentación, la verificación según leyes económicas e históricas. Se hizo el periódico más leído en Cuba, porque era el más repasado y discutido. El director del *Diario de la Marina* afirmaba que *Hoy* explicaba la existencia de su diario.

Pero la radio no estaba alcanzada: había, pues, un campo en la batalla ideológica, en que el enemigo ejercía supremacía absoluta. Y esa situación la agravaban dos hechos: la Constitución de 1940 y la Segunda Guerra Mundial. Ambos se concatenaban y el enemigo tenía ventaja, pues contaba con más recursos para propagar la mixtificación y la mentira, para la diversión y la confusión.

De aquí que tenga importancia recordar el primer ensayo de nombre que se ha de imponer a la nueva estación de radio: Radio Popular Onda Colectiva Hoy. A parte de la ampulosidad del título, que denotaba aún la falta de una expresión sintética que entrara fácil por el oído y se fijara en la memoria, es decir, una síntesis identificadora, resalta en el hecho la presencia nominal, que denotaba ejemplo y función, del periódico *Hoy*.

Acaso se pretendía decir que la nueva emisora tenía que hacer, en el campo radial, lo que *Hoy* había realizado y realizaba en la prensa impresa. O acaso se tratara de establecer ya un modelo a seguir. En cierto sentido era correcta esa probable apreciación, ya que, en nuestra opinión, *Hoy* emergía como un modelo de prensa impresa marxista realizada en condiciones adversas, entre las que se destacaban el gobierno de la nación por la minoría burguesa reaccionaria y el control total de todo intento de información y de todo medio por parte del imperialismo norteamericano. Eso se extendía: al diario, al semanario, al mensual y bimensual, al cine, a la radio, a la literatura infantil masiva, al libro, a la tribuna, a la cátedra universitaria...

Pero el nombre de *Hoy*, imponiendo una norma política, no deparaba, lógicamente, el necesario grado de flexibilidad del nuevo procedimiento informativo. Normalmente, el diario es la confección diaria —es decir, cada veinticuatro horas— de un producto generador de informaciones. Pero la vida de los hechos, de sus perspectivas y probabilidades, no se rige por el mismo horario. Las noticias captables por el sistema de información mejor dotado, son todavía insuficientes para expresar la totalidad o todo lo más importante que se produce a cada instante. Y el máximo de eficiencia de la información, en ese estilo, consistirá en saber determinar causas y antecedentes y en formular probables resultados o consecuencias, derivaciones alteradoras o ratificadoras. Es decir: hay veinticuatro horas para conocer y penetrar lo que en veinticuatro horas se produce, sea hecho o palabra. Por el contrario, una emisora de radio, como Mil Diez, que programaría diariamente durante dieciocho horas consecutivas, tenía que estar alerta para captar, analizar, elaborar y producir información durante mil ochenta minutos consecutivos, minutos de sesenta y cuatro mil ochocientos segundos de actividad constante, en Cuba y en el mundo. Por lo tanto, el radio de actividad diaria de la emisora tenía que ser más

rápido, flexible, cambiante, sostenido, de mayor rapidez en el análisis y en la valoración de la información que lo que estaba obligado a ser el diario. Y no es casual que hubiesen proliferado los noticiarios, órganos de grandes, medianas y pequeñas estaciones de radio, así como los programas y espacios periódicos de dirigentes políticos, comentaristas y simples divulgadores. Y el valor impresionante de la radio, en la información, se deduce fácilmente de un hecho corriente: la mayoría de los noticiarios medianos y pequeños no trabajaban con producción original y propia: se limitaban a copiar lo noticioso diario de los periódicos. Y a pesar de esa forma primitiva, políticos, empresarios y gobiernos de turno pagaban generosamente ese tipo de información. La razón estribaba en que, de esa manera, callaban la posibilidad de una voz que hablara lo que se quería evitar que se dijera y por el contrario, verificaban el amordazamiento y la sumisión de una voz. Y todo eso implicaba que la emisora comunista tenía que ser igual en su contenido y distinta en su forma de expresión al periódico *Hoy*.

Por otro lado, al igual que la noticia, el resto de la radio predominantemente practicaba la misma fórmula que en todas las demás actividades de la información y del conocimiento. Digamos: distorsionaba y deformaba la historia de actualidad, nacional o extranjera, y la historia como presente, como pasado y como porvenir; propagaba criterios y sentencias sobre cuál era la música nacional cubana, partiendo siempre del supuesto de que el modelo de evolución de ese arte era Estados Unidos de Norteamérica: compulsivamente imponía en la mente del radioyente criterios específicos no elaborados en ella, sino previsto previa elaboración en los laboratorios de ideas de lo anticubano y anticomunista y proimperialista y neocolonial, en el drama, el canto, la comedia, las modas, lo culinario y la repostería, los usos, hábitos, costumbres, la filosofía, el folklore, la educación, la economía, las finanzas, las relaciones, fuesen privadas o públicas, nacionales o internacionales. Eso, expresado grosso modo.

Pero había más: no sólo se controlaban los surveys de ventas, sino que la sicología compulsiva utilizaba métodos de investigación social, para concluir en las preferencias que a cada instante se manifestaban —según decían ellos y hacían creer por la repetición sistemática de unas conclusiones únicas—, en los

gustos e inclinaciones de las mujeres, que eran inclinaciones y gustos predominantes en el mercado.

Crearon, según modelo norteamericano, una nueva nomenclatura de las clases: Clase «A», pudiente; Clase «B», clase media (fíjense que, económicamente no está ubicada esta clase); y «C» y «D», «de escasos recursos». Y partiendo de esa premisa, cultivaban la preferencia del público sobre un género de literatura, de canto, de ideas. Eso se hacía: frente a eso se levantaría el pensamiento y el método marxista.

La radio comunista tenía que decir lo mismo que el diario comunista, pero más sostenidamente, con mayor rapidez, con mayor frecuencia, con brevedad, síntesis, con reacción ultrarrápida, pero segura, efectiva: en definitiva, se trataba de emplear la misma técnica en la adquisición de la información, pero con una forma distinta de valorar las noticias, las ideas. Era la lucha entre la hora y el minuto. Y lo que constituía la ventaja para la radio enemiga, reaccionaria, es decir, el hecho de que el hombre se expresara en radio por sonidos: su fuerza radica en que produce impresión y no razón, imponía que la radio comunista tuviera que invertir los términos y multiplicar la eficacia lograda por la radio capitalista: tenía que impactar con verdades que se manifestaban mediante razonamientos, explícitos o simplemente implícitos en la trama sonora de lo expresado. De ahí la diferencia entre el diario *Hoy* y radio Mil Diez: una diferencia de método, de procedimiento. En definitiva, el estreno de una nueva técnica en Cuba y con toda seguridad, en todos los países bajo el dominio del capitalismo, de su ideología y de sus técnicas.

El nombre original acordado —Radio Popular Onda Colectiva *Hoy*— antes de haberse inaugurado la emisora fue sustituido por otro que tenía la ventaja de, en primer lugar, identificar a la emisora en el dial: Mil Diez y, en segundo lugar, definir su misión y su función: «La emisora del pueblo». Y comenzó a emplearse, como calificación de una especial calidad, una propiedad que pertenecía desde antes a esa emisora, conocida por Radio Lavín, según la identificación de sus dueños. En efecto, comenzó a decirse: «La única con canal libre internacional.» Lo era, pero no efectivamente. Para sus antiguos propietarios esa vía no conducía a ninguna parte, dado que no producía dinero. El espacio se medía por pesos. Mil Diez

receptó la posesión de esa vía, que era producto de la distribución política que se hacía de los canales internacionales de rutas de las transmisiones radiofónicas, como una vía para la más efectiva comunicación internacional. Si nadie estaba autorizado para interceptar los mensajes sonoros que circularían por ella, era obvio que se había tomado posesión de un derecho, que la hegemonía internacional burguesa de la radio había dedicado al no uso o no utilización.

Luego he ahí el por qué de la adquisición de la radio Lavín. El interés principal al comprarla era adquirir el derecho a usar la frecuencia, ya que el número de éstas estaba limitado para cada país por las asignaciones que de las mismas se fijaban en los congresos internacionales de comunicaciones. La frecuencia de Radio Lavín era 1010 kilociclos, prácticamente en el centro del «dial» y, además, era el único Canal Libre Internacional que poseía Cuba. Esto significaba que esa frecuencia, de acuerdo con los convenios internacionales, estaba libre de interferencias de otras plantas del extranjero de similar frecuencia, a las cuales se les exigía el uso de antenas direccionales con protección para Cuba, lo que en la práctica se traducía en un mayor radio de acción de la emisora.

En realidad se le compraron a Lavín dos plantas, una de onda media, la CMCX, que era la de frecuencia 1010 kilociclos, con 10 kilowatts de potencia, y otra de onda corta, la COCX, que transmitía en la banda de treinta y un metros, con una potencia de 1 kilowatt.

Sin embargo, Mil Diez se dio a conocer en el mundo por la utilización del canal libre y por esa vía estalló la admiración a su cultura y calidad y, sobre todo, al contenido de su decir y de su hacer. A su arte y a su ideología.

Y la elevación técnica de ese medio, hasta entonces sin explotación y empleo, fue obra, en lo científico y en lo técnico, de un notable tecnólogo que rindió un trabajo abnegado y capaz a la emisora del pueblo: el ingeniero Raúl Karman, un oído preciso, científico, del canal libre internacional, de su ciencia y de su técnica. Supo sacar mucho de poco y algo de la nada. Por lo tanto, al inaugurarse programáticamente Mil Diez, en la calle Reina 314, pudo exhibir, por primera vez en Cuba y en el mundo, esta titulación que ningún partido comunista fuera del poder y en constante lucha había podido emplear con autoridad:

«Mil Diez, la emisora del pueblo, único canal libre internacional.» Y todo era verdad: la ubicación en el dial, la misión y el compromiso y la extensión extra-nación de sus mensajes. Esa es la historia del nombre. Como se habrá podido apreciar, no era una etiqueta, sino la definición de una función y de un fin.

En agosto de 1940 comenzó la campaña del Partido para acopiar fondos con objeto de adquirir «talleres para *Hoy*». En nueve meses se lograron reunir cien mil pesos. y *Hoy* tuvo sus propios talleres.

En febrero de 1943 se abrió la ofensiva para alcanzar, por colecta popular, la suma de setenta y cinco mil pesos, necesaria para adquirir la emisora, y en treinta días, a partir del 23 de febrero, de trabajos y de luchas, entre los centavos y los pesos de los trabajadores, hombres de oficio o de profesión, hombres de la ciudad, del campo y del mar, faltando parciales de las donaciones de las provincias de Oriente, Camagüey, Santa Clara y Pinar del Río, casi se había alcanzado el total de lo propuesto. Fue una actividad récord, en la que la provincia de La Habana alcanzó la cantidad de treinta y cinco mil pesos.

En una época en que en la familia promedio de la sociedad cubana uno sólo de sus miembros trabajaba: la época en que el alquiler de la vivienda alcanzaba el treinta y cinco por ciento del ingreso familiar; en las condiciones en que el agio y la especulación imperaban, e importantes artículos de consumo obligado, bien fueran de producción nacional o de importación, escaseaban y eran sometidos a las operaciones de bolsa negra; en una época en que la cifra de desocupados registrables alcanzaba más de medio millón de brazos, donar los pobres setenta y cinco mil pesos en treinta días, para adquirir algo que no les daría inmediatamente pan ni techo, medicina ni pupitre, era, creemos, una proeza política histórica del proletariado cubano.

En el acto inaugural. Ibrahím Urbino, designado director general de la emisora, que en ese día todavía se llamaba Radio Popular Onda Colectiva Hoy, nombre que desapareció en su primera programación informativa y artística, dijo que

...construiremos una organización radial, de verdad al servicio del pueblo [...] De verdad en pro del progreso nacional, de la elevación del standard de vida de las masas

laboriosas de la ciudad y del campo, de la diversificación agraria, del desenvolvimiento industrial de Cuba; de verdad a favor de la mejor cultura y del más sano e instructivo recreo para nuestras masas.

Y precisando la universalidad de las tareas del gran órgano de información, Blas Roca dijo: «Esperamos reorganizar de tal modo la planta, que nuestros programas lleguen a ser los mejores programas de Cuba por su calidad artística y cultural, por su belleza, por su originalidad y por su orientación popular y progresiva.»

Esas palabras fueron pronunciadas el día 10 de marzo de 1943, fecha de la entrega de Radio Lavín a su nuevo propietario: el pueblo, representado por el partido U.R.C.

Y como un dato que ilustra ampliamente sobre la trascendencia de esa operación, mercantil para los viejos propietarios, política para los nuevos, ya que se produjo en una desorbitación total de los precios de las estaciones de radio no específicamente de primera, al pedirse por ella un precio superior al real de su valor, ocurrió un hecho sorprendente:

Automáticamente subieron los costos de todas las operaciones de compra-venta de las estaciones de radio. Al precio de un mil, sucedieron los precios de varios miles de pesos. Parecía haberse operado una sutil operación de chantaje a los capitalistas y negociantes, obligándolos a pagar caro los mismos servicios que anteriormente eran baratos.

Esta reversión de los precios en la esfera del comercio definía la trascendencia política y cultural de la creación de Mil Diez.

Y el día primero de abril de 1943 se lanzó al aire la primera programación diaria, de dieciocho horas de producción, de Radio Mil Diez, la Emisora del Pueblo. Funcionaba, efectivamente, como «canal libre internacional» y ostentaba este lema: *Todo lo bueno al servicio de lo mejor: el pueblo.*

Vamos a acopiar datos, referencias y hechos, para iniciar el examen histórico de una de las empresas radiofónicas más interesantes que registran los anales de la radiofonía mundial. Esa afirmación no es exagerada: es el único caso existente, según nuestra información, en que una emisora de radio, sin

capital, prácticamente salida de la nada en cuanto a experiencia en ese trabajo, sin hacer negocio, es decir, sin mercantilización, representando una ideología política que contaba con la enemistad cerrada de los poderes sociales ejecutivos de la nación, en combate abiertamente antimperialista y antifascista, enfrentándose a una conjura de leyes, tribunales, cuerpos de policía, intriga, soborno, hostilidad de todo el sistema informativo establecido, realiza una revolución en la radio; crea nuevos estilos de producir; instituye escuelas de aprendizaje para todos los oficios y profesiones de carácter técnico y artístico; explora exhaustivamente el talento popular; reconoce y exalta los valores artísticos sin discriminación política, ni racial, ni social de ninguna especie ni forma; hace de la radio un instituto de educación de la mente y de la sensibilidad popular; penetra y ahonda en la cultura nacional y en la de todos los pueblos del mundo; no sólo cultiva sino que investiga el folklore nacional y da a conocer en Cuba maneras de decir y de cantar de los pueblos latinoamericanos, sostiene constante combate por los intereses de Cuba, de su clase obrera, de los campesinos pobres, de la intelectualidad progresista; es vocero y avanzada en la propaganda sonora por la derrota del nazi-facismo, y es la primera y única estación de radio en Cuba que plantea, examina y discute, los problemas de la posguerra; reconoce y aplica el respeto a la dignidad humana del hombre y de la mujer, del negro y del blanco, y fija el valor del hombre por lo que sabe y por lo que trabaja; demuestra que los recursos técnicos de que disponía la radiodifusión nacional estaban subutilizados y que de su uso resultaba una deformante de la verdad; demuestra que en música, en dramaturgia, en información, se puede hacer mil veces más de lo que se hacía y que el factor determinante no es el potencial financiero ni necesariamente la gran magnitud de los equipos: ante todo, impone la radio como función social, y como tal entiende toda la que se hace en Cuba y en el extranjero, y que esa función es la que define su obra... Y todo eso fue hecho desde una posición política que rechazaba el status social existente en su medio y en las relaciones internacionales que profundizaban esa situación.

Por lo tanto, a reserva de que emprendamos la tarea de ordenar su trayectoria definitiva —documentos, experiencias personales o de grupos, investigaciones en fuentes oficiales,

etcétera—, ahora precisaremos qué hizo. Esto ha de justificar por qué a su desaparición se decía: «Antes y después de 1010.»

En primer lugar: *cómo creó su programación*. Que sepamos, la primera reunión de la que resultó elaborada ya una programación, que serviría para la función debut y para emisiones en serie, se produjo en la llamada «finca Aldabó», prácticamente un solar dotado de una vivienda relativamente buena, aunque vieja, donde había estado ubicada la fábrica de licores Aldabó. Era una titulada casa de reposo de la dirección del movimiento comunista y de sus cuadros más destacados y necesitados. Luego sería escuela de cuadros del Partido, en el mismo año de 1943. Esa reunión se efectuó con escasa participación: el presidente del Comité Organizador de la Campaña, Ibrahím Urbino, Honorio Muñoz, Antonio Luaces, Jaime González, y puede que algún otro militante destacado del Partido.

La única responsabilidad predefinida era la de Ibrahím Urbino: era el Director General y a él se confió proponer, como primer paso, la asignación de las principales responsabilidades. También había sido definido el papel de Antonio Luaces, prestigioso comunista camagüeyano, descendiente de una familia notable del mambisado, y que sería el administrador de una caja de pagos sin cobros.

José Tabío fue escogido para asumir la dirección de la práctica de la técnica de sonido, especialmente en grabaciones, Jaime González, después de la muerte de Luaces, administrador hasta el último día de Mil Diez, fue designado secretario particular de Urbino. Honorio Muñoz se consideraba, de hecho, director del Noticiario, pero fue propuesto por Urbino para la Dirección Artística. Tenía poca experiencia, pero suficiente información teórica y era rico su arsenal de noticias, hechos y valores en música. En realidad, la proposición fue objetada por él, que no quería desvincularse de la información periodística, que era su principal función de Partido. Finalmente, se acordó que, de arrancada, asumiría la dirección múltiple del equipo dramático, de lo musical y de lo informativo. Acto seguido, se pasó a proponer una forma o esquema de programación. En primer lugar, todos estaban de acuerdo en la penuria cultural de la considerada «gran radio», que era la principal fuerza a la que había de oponerse y que, desde siempre, estaba opuesta a todo intento igual o similar a Mil Diez.

Pero la organización del sistema radiofónico existente propiciaba concretar los puntos principales en que había que golpear. Para eso existía una calificación y valoración de las clases, conforme un esquema y una técnica provista por la ideología imperialista. Ya hemos visto, mencionada sucintamente, que se había elaborado una estratificación de las clases que serviría para actuar sobre el pueblo, su mentalidad y sus posibilidades, porque según cada una de ellas, así se consideraba que (a) era más o menos fácil de persuadir (b) era más o menos fácil de manejar, conduciéndolo (c) era un mayor o menor consumidor (d) según la clase a que perteneciera, era de más o menos recursos (e) era más apto o menos apto, más inteligente y cultivado o menos inteligente y cultivado (f) resultaba más o menos proclive a la asimilación de la ficción y de la mentira, a aceptar como expresión de la realidad su distorsión y su suplantación por el mito, el supuesto y el acaso (g) era más o menos gregario, más o menos turba, más o menos «rebaño».

Esas clases fueron expresadas por un locutor y publicista nombrado Mario Barral,⁴² como lo característico social e histórico del pueblo, ya que éste, en definitiva, y según ellos, «está compuesto por las llamadas Clase "A", pudiente: "B", clase media: y "C" y "D" de escasos recursos».

En una cosa acertaban: «Los surveys» indican —afirmaba el propio Barral— que la clase "D" es la que más escucha radio, en un porcentaje extraordinariamente alto.» Y así, constataba que la clase «A», «B» ya había huido de la radio, «y hasta la C», añadía y agregaba: «ya está huyendo de la TV». Situación que por esta época ya existía en el país patrón de las ideas y de los procedimientos: Estados Unidos de Norteamérica.

En definitiva, partiendo de esa concepción, se planeaba los horarios de la programación radial. Al analizarlos, se advertirá que el blanco fundamental y casi único de la línea general de la acción radial era la masa, la gran mayoría del pueblo, la por esa sociología superficial calificada y socialmente estratificada

42 La publicidad actual: teoría y práctica. 1957, curso dictado bajo la dirección de Martín Velilla de Solórzano.

como «de escasos recursos». Se advertirá que se prescindía de los de ningún recurso, de los absolutamente miserables, de los desocupados y semi-desocupados, que abundaban lo mismo en el campo que en la ciudad.

Era la masa fundamental a la que había que suministrarle mentiras en masa, mentiras capaces de alejarla o distanciarla de la realidad. Y era, por supuesto, una masa de consumidores de los peores jabones, publicitados como los mejores; de los peores dentífricos publicitados como los mejores; de las peores pastas alimenticias, las peores conservas, etcétera, y todo lo demás, ideal representado como producto de la «alta cultura» regente, cosas cuya posesión señalarían una elevación del bajo standard moral, de la inferioridad humana y social del sujeto, de su grupo, de su casta.

En resumen, operaba de esa manera el sistema radial. Y partiendo de ese esquema, que formaba parte no muy mínima ni muy débil de la gran armazón ideológica del poder existente, se trabajaba por reproducir la imagen de la sociedad que se trataba de mantener, a toda costa, a todo precio.

Divididas de esa manera superficial y anti-histórica las clases en Cuba, ya en 1943 era viejo el sistema de ordenar las programaciones radiales conforme esa ubicación clasista de la sociedad. Entonces era relativamente fácil determinar qué hacía cada individuo, cada familia y cada grupo familiar, cada barrio, cada zona y hasta cada región a tales y más cuales horas del día.

Las horas de la mañana, las previas al inicio de la actividad social del trabajo, eran de cierta actividad familiar forzosa. Estaban sus miembros en grupo, bien en el tratamiento de lo que se podía hacer, conforme los recursos disponibles, o bien debatiendo el no poder hacer algo por carecer de todo. Y eso combinado con los hechos cruciales de: desocupación del hombre, enfrentamiento de la mujer a la obtención de la mínima posibilidad de resolver los problemas de la comida, el agua, la ropa, el o los hijos y, en el caso de éste o éstos, qué hacer, a dónde ir, en qué ocuparlos: escuela o no escuela, vagabundeo, pillería, calle, sol, agua... y el crédito o descrédito del bodeguero.

Otro grupo afrontaría los primeros problemas con la capacidad de soluciones mínimas: desayuno, trabajo-transporte, «mandados», etcétera.

Otro, no tendría actividad alguna en la mañana, salvo el dormir. No contaban, salvo los que «madrugaban» para atender los negocios: para esos habría el servicio informativo, la última noticia de ayer y la primera de hoy, ya orientadas, nunca en contradicción con ellos.

Y luego, los estados sociales de la media mañana, de la alta mañana, el mediodía, la primera tarde, la media tarde, la alta tarde, anochecer la primera noche, la media noche y la alta noche.

Y los programas ajustados al tratamiento social de los más. Y esquematizadas categorías de valor de las «horas»: A, B, C. La hora del almuerzo solía ser de cónclave familiar. El mediodía y la tarde, horas de las amas de casa. La hora de la comida, o cena, retorno del cónclave. Y luego, la hora de «la distracción familiar». Más o menos siempre era de esa manera. Y según cada horario, cada programa. Enriquecimiento de las dosis de veneno, de mentiras. Espacios en la mente que urgía llenar, evitar la reflexión, el razonamiento, por la vía de la saturación de la mente de imágenes falsas de la realidad.

Eso era así y conforme a eso había que actuar contrariamente. Oponer a eso en drama, comedia, canto, música orquestal, fuera «en conserva» o «en vivo». Había que oponerle «música, teatro, investigaciones, divulgaciones, cuestiones críticas, aspectos nuevos de los hechos viejos: arte realista y popular, trabajo serio y responsable». Los escritores «serían responsables de la alta misión de educar distrayendo, por el camino del arte dirigido, responsable y serio». Novela, bio- grafía, historia, leyenda, ficción de nombres, si acaso, pero realidad de hechos. Y el canto cubano, en primer término. Pero en nuestra exposición del trabajo que hizo Mil Diez en música, lo trataremos en su oportunidad.

Música y teatro eran relativamente fáciles de orientar, como respuestas a los modelos que se ofrecían en la radio nacional. Y aunque todo sería nuevo o debía de serlo, fuentes existían y estaban al alcance de cualquier mano bien orientada en sus búsquedas. La información era otra cosa. Y era esa la cuestión clave, la que definiría desde el primer instante la misión de Mil Diez.

La emisora operaría durante dieciocho horas cada día. Serían, pues, dieciocho horas diarias de información, porque todo

sería respuesta, réplica en ciertas cuestiones, que atañían tanto a lo económico como a lo social, a lo político como a lo artístico, esclarecimiento, revelación, descubrimiento. Pero la noticia estricta, la noticia de lo acontecido o por acontecer en el campo de lo nacional y de lo internacional, tendría prominencia.

Se crearía un Noticiario que tenía que estar «al nivel del primero», y eso imponía ya el deber insoslayable de revisar y mejorar los equipos transmisores y crear una nueva técnica informativa, con un personal apto, y hacerse mejor que los mejores. Ese noticiario tendría doce ediciones diarias, grandes, medianas y pequeñas, amén de «las últimas noticias» que asumían el derecho a producirse en cualquier momento, interrumpiendo la transmisión de cualquier programa.

Esa primacía del sistema de noticias tenía su razón de ser. Frente a Mil Diez operaba una legión de emisoras pagadas o sobornadas por el enemigo de clase, interno y externo. En la Isla aparecían registrados en el Censo de Población de 1943 la suma, nada desdeñable, de ciento doce mil seiscientos ochenta y ocho receptores de radio, y se ofrecía como total de oyentes regulares, tres millones de habitantes, de un total de cuatro millones setecientos setenta y ocho mil quinientos ochenta y tres habitantes; es decir, más del sesenta por ciento de los habitantes. Hay derecho a sospechar de la veracidad de esos resultados. Pueden ser menos los radioyentes, pero exagerada su proporción para insuflar, por falso aumento, el valor de la radio como vendedora. Y es posible que la proporción haya sido desfigurada atendiendo a dos razones, válidas en el pasado en todo tipo de investigación censal: a) para ocultar adquisiciones fraudulentas, como contrabando, robo, etcétera; y b) por el justificado temor que tuvieron siempre los propietarios pequeños y modestos de que, como resultado de las investigaciones, se derivasen nuevos egresos violentos, en forma de impuesto u otros tributos al Estado. De todas maneras, más de la mitad de la población de Cuba tenía como principal medio de información la radio. Y era un negocio de tal poder lucrativo que, siempre partiendo de que las cifras estadísticas eran falsas, se calculaba que el volumen de negocios que se realizaban por la radio ascendía a seis millones de pesos. Con toda certeza la cifra era mucho más alta, porque en ese, como en todos los otros negocios de la

sociedad mercantil neocolonial, contabilidad era sinónimo de ocultación, de falsas cuentas, de doble registro de operaciones...

Pero, exactas o inexactas las cifras que daban los otros medios radiales, nada alteraba ni modificaba la misión de Mil Diez: tenía que ser la estación de radio mejor informadora de Cuba, no importa las dificultades que tuviera que vencer. En su oportunidad veremos cómo fue organizado su sistema informativo y cuáles fueron algunos de sus métodos de trabajo. Pero algunos hechos de la realidad socioeconómica es preciso tomarlos en cuenta, para poder trazar el cuadro aproximadamente exacto de la situación.

En 1930 La Habana contaba con cuarenta y tres estaciones de radio, que al año entrante, 1931, descendieron a treinta y seis, y en 1939, a treinta y cuatro. Eso dice algo, pero es más lo que oculta. En efecto, años después, hasta aproximarse el año índice en la historia de la radio en Cuba: 1943, no era tan difícil que súbitamente aparecieran y desaparecieran estaciones de radio. Al principio, la improvisación de la técnica y de los técnicos, la facilidad en el montaje de los equipos y en la obtención del permiso para establecer «una estación de radio», los bajos costos fácilmente falsificados y la carencia de altos requisitos profesionales para producir, más el atractivo de la novedad, facilitaban la posibilidad de crear el nuevo medio. Y con la misma facilidad desaparecían. Pero luego, especialmente con la eclosión del fenómeno Mil Diez, se estabilizó el índice efectivo de estaciones de radio en todo el país y especialmente en la ciudad de La Habana. Mil Diez probó que la radio tenía un valor político muy por encima del financiero y que la peor técnica podía derivar en un servicio informativo no deseable para la burguesía. Y entonces, por un lado, los propietarios de verdaderos chinchales radiofónicos, automáticamente elevaron el precio en el mercado de su negocio, lo mismo para todo intento de compra-venta y, a la par, aumentaron los precios de las emisiones por sus canales —comerciales, políticas, sociales, etcétera—, para los hombres de negocios y especialmente para los políticos y los gobiernos. Y ese sube y baja de estaciones registraba las mismas oscilaciones en el interior de la Isla.

LA MÚSICA EN MIL DIEZ

La música escogida para tema de la emisora constituía una definición de su ideología. Se trataba de *La bayamesa*, canción original del poeta Fornaris, del músico Castillo, y de Carlos Manuel de Céspedes, que era algo de las dos cosas. Ninguna emisora de Cuba excepto la COCO del maestro Casas Romero, que escogió en 1933 como tema la obra de su inspiración *El mambí*, empleó música nacional. En el fárrago de música extranjera que impregnaba el ambiente musical cubano, en 1943, escoger esa música como tema de una emisora cubana era algo insurgente y comprometedor.

La primera orquesta se constituyó integrada por dieciséis músicos.

Fue encargado de formarla y de dirigirla el maestro Enrique González Mántici. Al aumentarse la orquesta fue llamado el maestro Adolfo Guzmán y nombrado Director Musical de la emisora; Guzmán y González Mántici hicieron los arreglos pertinentes para la inclusión de los nuevos músicos. Con el tiempo, la batuta pasó a los maestros Guerrero, Guzmán y Valdés Arnau, este último se inició como director casi al cierre de la emisora.

La orquesta fue aumentada a treinta profesores. Pero el número no era la única razón de la novedad. *La cantidad se transformaba en calidad, al tenerse en cuenta el papel determinante de la composición instrumental de la orquesta.* Y prácticamente quedó constituida por los siguientes instrumentos: ocho violines (primeros y segundos), dos violas, dos violonchelos, un contrabajo, un arpa, dos trompetas, cuatro saxofones, una flauta, un clarinete, un oboe, un fagot, una trompa, un trombón, un tímpani, un piano, ritmo (batería, bongó y tumbadoras). En el caso de la orquesta para música argentina, se utilizaban dos bandoneones, llegándose a usar hasta cuatro en programas excepcionales calificados así por la presencia de Caggiano, extraordinario bandoneonista argentino, aportado por el compositor Discépolo. Obviamente, en caso de tratarse de música española, se enriquecía la instrumentación con el empleo de la pandereta y de las castañuelas. Esa orquesta fue llamada,

impropiamente, «pequeña sinfónica» No lo era, pero era posible con ella, en su total, abordar, como se abordaron, géneros y formas musicales que requerían de una alta orquestación en cuanto a riquezas de timbres. Pero de esa gran orquesta en la radio nacional se formaron, indistintamente orquestas de:

a) música argentina; b) jazz; c) banda para ejecutar música cubana; d) gran orquesta típica cubana.

Y todo eso, según los programas especializados, por la naturaleza temática popular, por experimentos o por llenar espacios menores de la programación. Y la gran orquesta, en pleno, se utilizaba como base del acompañamiento tanto para el canto llamado popular como para programas especializados, donde alternaban la zarzuela, la opereta, la ópera o el concierto vocal... Y, claro la canción tradicional cubana tuvo en ella la sustitución noble y alta de la guitarra; se trataba de una sustitución sin eliminación, remplazada por el rico arsenal de timbres de la orquesta.

De esa formación orquestal se derivaron los siguientes conciertos: a gran orquesta; con orquesta de cámara, tríos y cuartetos de cuerdas. Como solistas alternaban: el fagot, corno inglés, trompa, flauta, arpa, cuarteto de arpas, el piano y dos pianos.

Eso se producía por primera vez, de forma regular, en la radio cubana, y muchos notables instrumentistas, los mejores de Cuba en cada especialidad, pudieron demostrar su calidad y formación en su arte, realizando los primeros conciertos para determinados instrumentos solistas. No se producía un solo programa de esos sin la consiguiente explicación de su significado y valor de la obra interpretada. Conciertos de arpa sola se habían producido en Cuba, pero por primera vez se produjeron programáticamente, no en exhibición excepcional, conciertos encomendados a dúos, tríos y cuartetos de arpa, utilizándose lo mejor que Cuba poseía.

Y, amén de la música cubana, en todas sus formas, estilos, épocas, se produjeron programas de música nacional de los siguientes países: España, México, Argentina, Paraguay, Bolivia, Venezuela, Colombia, Estados Unidos, y música dispersa y fragmentaria de Francia, URSS e Italia.

La emisora tenía, además, sus cantantes, Masculinos: Clemente Morales, Zephir Palma, Alfredo de la Fe, Bienvenido

León, Alfredo León, Jesús Díaz, *Cascarita*, Miguel de Gonzalo, *Tony* Chioldi, Miguel Ángel Penabad, Alsinas, Foch, *Tito* González, Humberto Herrera, Ricardo Dantés, *Pepe* Reyes, Alejandro Rodríguez, Reinaldo Henríquez, *Miguelito* Valdés, Evelio Rodríguez, René Márquez, Sergio Nicols, y otros, que posiblemente se olviden. De todos modos, era lo más destacado que había en Cuba y cantaban la canción, la rumba, el guaguanco, la criolla, el bolero, el *feeling*, la zarzuela, la opereta, la ópera, el *lied* y el canto montuno cubano. Femeninos: Elena Burke, Julieta Peñalver, Margarita Díaz, *Panchita* Trigo, Delia Casanova, Sarah Santana, Alicia Llorente, Berta Velázquez, Berta de los Ángeles, Olga Rivero, Nilda Espinosa, Rosa Roche, *Tomasita* Núñez, Greta Menzel, Zoila Gálvez, Matilde Camejo, *Chiquitica* Serrano, Ester Payret, Hilda Santana y su dúo, formado con una hermana de Arsenio Rodríguez, Alba Marina, Anoland Díaz, Miriam Acevedo, Margarita Valdés, Berta Villa, Aurora Lincheta, María Cervantes, Orquídea Pino, Celia Cruz y Olga Guillot. Estas últimas dos de las mejores cantantes populares de la época, ambas triunfadoras de Mil Diez; se marcharon de Cuba. Y cantó en Mil Diez, en programas especiales, Mary Mc Carthy, liederista procedente de la alta burguesía, contraria a la línea política de Mil Diez, pero tributaria de su supremacía artística.

La emisora contaba con otras agrupaciones. Conjuntos: el Conjunto Matamoros, exclusivo de Mil Diez; Jóvenes del Cayo y Arsenio Rodríguez, lo de más originalidad que había en Cuba en esos momentos.

Tríos: Por derecho propio el creador de un estilo y de una escuela: el Trío Matamoros; el Trío Hermanos Rigual, cuya personalidad fue definida en Mil Diez; el Trío Calonge —marimba, guitarra y bajo—, y el trío de guitarras Landa, Llerena y Tabranes, lo mejor que entonces y nunca se organizara en Cuba para acompañar el canto argentino.

Dúos: El dueto Barbarú-Guevara fue uno de los pioneros, e importa su mención, porque aportaron algo directo del estilo de canto oriental, en lo generalmente calificado como típico cubano.

Pero la sorprendente producción de vocalistas de la música fueron las estrellas de la canción que estallaron en Mil Diez. En los géneros en boga, o en lo totalmente nuevo, como el

feeling, que fue una creación de un pequeño grupo de compositores todavía en vigorosa actividad, como José Antonio Méndez, Portillo de la Luz y otros.

Destacándose en ese género, Elena Burke, Olga Rivero, Berta Velázquez, *Pepe* Reyes, Reinaldo Henríquez y Miguel de Gonzalo, entre otros.

La programación musical de Mil Diez, expresada en los términos del aprovechamiento que se hacía de su gran orquesta, fue única. Semanalmente se producían instrumentales de la mejor música compuesta universalmente, en el presente o en el pasado.

En Cuba se conocía la existencia y el valor del arreglo musical. Como transcripción para piano de lo compuesto para orquesta o viceversa, lo conocían los que se habían graduado con conocimientos elementales de música. Y eso era lo que se utilizaba en la radio —y fuera de ella— con escasas excepciones. En aquella época el gran creador y formador de escuela de esa técnica, mejorada y superada, era el maestro Félix Guerrero, que ya producía «arreglos» para la banda de jazz llamada Bellamar, integrada por una sorprendente élite cubana en ese género, que era escuela. Y era ya el suyo —y el de sus compañeros— la aplicación activa de una nueva categoría de arreglo. No era simple transcripción: era relaboración orquestal del lenguaje del piano. No era la repetición, a varias voces y timbres, de la melodía y del ritmo de la parte de piano. Era armonizar, cosa que no se hacía en Cuba, a pesar de que, como tantas otras cosas, era estudiado casi que como una adición mecánica al conocimiento elemental de la música.

En Cuba se trabajaba el canto como una composición de sonidos diversos, pero iguales. En Cuba, en la radio, se ignoraba el arreglo concebido como armonización. En lo general, se trataba de aprovechar una industrialización musical norteamericana cuyos productos, llamados «arreglos», se vendían con la misma facilidad que el chicle.

En el verano de 1943, se lanzaron al aire los primeros arreglos armónicos de la música cantada, que crearon un estilo que fue escuela en Cuba. Nunca antes había sonado de esa manera la orquesta acompañando un canto. Y comenzó el flujo de cantantes y de compositores a la fuente. (La CBC ofreció a

la cantante Orquídea Pino cuatro mil dólares, por el arreglo del maestro Guerrero de *Siboney*, de Ernesto Lecuona.)

Esa revolución ganó adeptos de inmediato. El maestro Adolfo Guzmán, gran músico, irrumpió en la nueva vertiente con un estupendo sello personal, con un estilo nuevo y brillante por su alta poesía y su nivel técnico. Y eso implica referirnos a lo que, según los expertos consultados, constituyó la principal aportación del maestro Guzmán a la historia de la radio —y de la música— en Cuba: a su tratamiento excepcional de la música argentina, especialmente del tango.

La orquesta «de tangos» de Mil Diez evocaba, forzosa y espontáneamente, lo mejor que se conocía, merced a las grabaciones, producido en la Argentina. La gente decía que «eran sinfonías». Y no lo eran, pero el tratamiento dado a la música, ajeno a toda influencia directa y sin que operase otra que no fuese la de escuela y, acaso, la de algún estilo excepcional argentino, era de gran belleza y de impresionante sabor argentino. Era, en efecto, música Argentina, buena música popular, de altísimo rango, pero tratada con un profundo conocimiento del género y una igualmente profunda poesía. Mil Diez, gracias al eficiente trabajo del ingeniero Karman, por el «canal libre internacional» penetraba limpiamente en la Argentina, donde Mil Diez era escuchada con gran nitidez de sonido por una considerable audiencia espontánea. Pero, sin lugar a dudas, la sección de Mil Diez que prendía más en ese país era la de música argentina. Existía bajo tres aspectos y características: el disco, el canto en vivo acompañado por la guitarra y la orquesta, bien acompañando el canto, bien sola. Cantaban Nilda Espinosa y Miguel Ángel Penabad, con la animación de Ricardo Dantés, pero lo realmente excepcional, lo más genuino argentino, era el trabajo de la orquesta.

Se empleaban dos bandoneones y, en una ocasión, la orquesta dispuso de un juego de cuatro.

Los arreglistas de Mil Diez, no menos de diez, trabajaban simultáneamente, y bajo la dirección del maestro Guerrero, los siguientes: Francisco Melero, Rafael Ortega, *Pepe* Bravo, *Bebo* Valdés, Osvaldo Estivil, Díaz Calvet y Humberto Suárez.

Se creó una escuela. Pero ésta no se formó espontáneamente. Funcionó como curso, impartido por Guerrero, y amén del

estudio colectivo, operó el trabajo de consulta, en cada caso, en cada arreglo, porque entre éstos había formas diversas.

En algunas ocasiones, un bolero, una canción —pues esto se ajustaba casi siempre a lo popular—, una canción-bolero o cualquier otro canto era sometido a dos arreglos distintos. En otras se encargaban a diferentes arreglistas. A veces, eran obra del mismo ¿Por qué era eso? ¿A qué obedecía? No hay que olvidar que ese período fue el de mayor florecimiento de estilos personales, que atañían tanto a la voz como al temperamento y a las diversas sensibilidades. Y se determinó que debían de haber tantos arreglos diferentes de un mismo número de canto, tanto para hombre como para mujer, como intérpretes hubiesen. Se tuvo en cuenta que la orquesta no es la que canta, sino la que acompaña. ¿Y acompaña a quién? A una persona que canta y que tiene su registro, su tesitura, su emoción, su manera de decir, su poesía, su personal calibración del sentido de la palabra.

Fue una época fecunda del canto nuevo, con abundancia de creadores noveles, y todo era una proposición al uso más audaz de la armonía. Algunos cantantes acusaban similitudes de voz y estilo, esos asimilaban un arreglo para cada número que fuera idéntico para todos. En otros casos, las diferencias eran evidentes; en esos casos se hacían tantos arreglos como fueran necesarios. Y algo más: estaban previstos los casos de similitudes y se podía anticipar el tipo de acompañamiento. Y se anticipaba, aunque no se supiera quién iba a cantar tal obra.

La llamada canción tradicional cubana implicó otra realización nueva de Mil Diez y su escuela de arreglistas. Fundamentalmente consistía en que se conservaba, en el canto, el diseño melódico original, es decir, conforme las transcripciones que de cada canción se hubieran hecho y publicado —hubo casos en que se estrenaron canciones, jamás transcriptas—, pero la armonización era moderna.

Una experiencia demostraba que los cantantes tradicionales, sobre todo los de mayor calidad, tenían sus maneras de cantar, empleando sus propias licencias al hacerlo, imprimiéndole un sello propio. En algunos casos se trataba de características del canto que iban más allá del temperamento y que se referían a diferencias que casi dependían de mayores o menores calidades. Pero, de todos modos, se consideró que lo característico era que

cada cantante imponía giros a la melodía y hasta alteraciones de los tiempos, y que eso era lo general. Y, en definitiva, se apeló al siguiente recurso: cada número era cantado y transcrito según sonara el canto, tanto en la voz prima como en la segunda. Luego se armonizaba.

Para las *investigaciones*, en Mil Diez se hicieron estudios especiales —largos procesos de transcripciones, grabaciones, conversaciones, entrevistas, lecturas, sobre el punto guajiro y la tonada, la rumba, las comparsas, las parrandas, las claves. Se proyectó y elaboró, en parte, un programa titulado *Geografía Musical de Cuba*, que consistiría en la exposición viva de los cantos según cada provincia, la historia de ésta, de sus habitantes, su economía, sus usos y costumbres, sus tradiciones...

Se realizaron grabaciones y transcripciones de los toques de tambores batá, investigando sus posibilidades de escritura musical y descifrando toques, su significado y su técnica. (Todos esos materiales se hallaban en los archivos de Mil Diez cuando ésta fue asaltada y ocupada por la policía. ¿Qué se hicieron?

¿Fueron a parar acaso a otros archivos?)

Fue la RHC Cadena Azul la primera emisora que tuvo archivo musical. Leonardo Timor fue nombrado responsable del mismo. La labor de organización recayó en la compositora Isolina Carrillo.

Cuando RHC Cadena Azul cerró sus puertas, también todo ese material se dispersó. Parte fue a parar a manos particulares, y el resto fue a engrosar el archivo musical del Circuito CMQ S.A., donde vimos también muchos con el cuño de Mil Diez. Y de nuevo volvamos a su música.

Para programas especiales —ciclo de *Cuba y la posguerra*— se acopiaron y usaron elementos de música precolombina, a todo lo largo del hemisferio americano.

Hemos hablado de las «fantasías». Ese trabajo fue exclusivo del maestro Guerrero. Se trataba de señalar la importancia del tratamiento del desarrollo de la línea melódica y de los diseños rítmicos de la música cubana popular, a través de la que se expresaba lo que se decía «el alma del pueblo». Se demostraba que una sola fantasía, construida sobre una porción o parte de una composición era suficiente para abrir el campo de las posibilidades mayores de expresión, de técnicas superiores, lo

contrario del abarrote superfluo del popurrí, donde las mismas fuentes se despilfarran sucediéndolas o precediendo a otros del mismo cuerpo musical, pero sin conexiones. La llamada fantasía demostraba las conexiones que se establecían con lo externo del mundo sonoro, donde las bases de mínimas estructuras melódicas y rítmicas, que eran fundamentales en una composición determinada, constituían la razón de ser de su popularidad y permanencia. Pero eso era solamente un ensayo, ir más lejos, dentro del objetivo cultural de Mil Diez, era alejarse de aquel de quien la cultura oficialmente dirigida pretendía sustraer del conocimiento de la realidad nacional: del pueblo. Por eso, la fuerza principal de ese esfuerzo era aquello que criticaban negativamente los contrarios, esto es: lo nacional, porque se entendía que sin eso no hay ni puede haber lo internacional y mucho menos lo universal. Y un verdadero movimiento hacia esos objetivos más altos no podría ser logrado sin partir desde ese punto básico. (En la década del 50 y mucho después, entrada la del 60, en España e Inglaterra se han hecho reimpresiones de algunas de esas fantasías, partiendo de interpretaciones realizadas en Madrid, bajo la dirección del propio maestro Guerrero.)

La música cubana del siglo XIX fue objeto de una intensa búsqueda y estudio por Mil Diez. Conjuntamente con la música del siglo XX, y dentro de ella la contemporánea, desde el primer instante integró un archivo de tal magnitud y valor que, en octubre de 1944, afectado el archivo por las aguas y los vientos de un ciclón, y dañados algunos materiales, se procuró asegurarlo, y una compañía de seguros norteamericana tasó lo existente, a poco más de año y medio de existencia, en la suma de cuarenta y cinco mil dólares.

Sobre el siglo XIX, Mil Diez logró atesorar música original, ológrafa, de los grandes compositores: Cervantes, Marín Varona, Espadero y de multitud de compositores de danzas y contradanzas, canciones y guarachas de autores menores. Asimismo, se logró acumular un considerable *stock* de música impresa de la época.

Del siglo XIX, la editorial de Anselmo López constituyó su fuente principal. Para eso fue preciso explorar el mercado de toda la Isla y los archivos y recuerdos familiares. En lo concerniente a los más grandes autores —Cervantes, Espadero,

Varona, Saumell—, el trabajo de búsqueda y obtención estuvo a cargo de la propia dirección de la emisora. Para la exploración de los restantes compositores, Mil Diez mantuvo relaciones con un experimentado conocedor de la existencia, nacionalmente, de materiales factibles de adquirir. La exploración se hacía regularmente cada mes. Y fue de esa música que se estrenaron en Mil Diez, instrumentadas, obras de Cervantes, Espadero, Saumell, Marín Varona y otros autores. Y se trabajó con dedicación y profundidad en los orígenes del lenguaje musical nacional. Entre otras, Mil Diez dio a conocer la primera orquestación en Cuba —y tal vez la única existente— de la *Danza puertorriqueña* de Marín Varona —cubano avecindado una vez en Puerto Rico—, y de la *Danza cubana* de Gonzalo de J. Núñez, puertorriqueño que, como si fuera en respuesta a Marín Varona, fue vecino de Cuba. Y esa rara singularidad sirvió de base a un programa especial, en el que se explicó el hecho de cómo una manifestación, en lo artístico, se verificaba la identidad espiritual de los pueblos de ambos países. Pero se hizo más: se analizaron, en primer lugar para los músicos intérpretes, ambas danzas. La cubana, de un puertorriqueño, y la puertorriqueña, de un cubano, y se establecieron las diferencias de estilo y de factura, y se partió de los orígenes de ambas músicas nacionales.

Trabajo similar se hizo con *El canto del esclavo*, de Nicolás Ruiz Espadero. Se demostró la presencia, en esa composición, de uno de los elementos defensivos a que habían apelado los negros esclavos en Cuba, en la medida en que se fue haciendo más fuerte el cerco opresivo contra la libre expresión de su pensamiento y de su emoción en la música. Fenómeno que Mil Diez, sin inventar nada, calificó de «mimetismo musical de los negros esclavos», y que consistía en que la forma más aparente de la música, la melodía o canto, era lo impresionante y lo que parecía definir el mensaje que se dictaba. En tanto, lo que era la sustentación fundamental del edificio musical, la base rítmica, conservaba su personalidad y su significado propio. Y eso fue lo que recogió Espadero, como en cierta medida recogió y transmutó en su música, compuesta en Cuba, el norteamericano Gottschalk. Y también la música de éste fue interpretada y explicada. Y cada comentario resultaba inobjetable para el

especialista, diáfaramente inteligible para la masa, que era para quien trabajaba la emisora.

Mil Diez poseyó, en servicio fraternal de los familiares de Cervantes, los dos únicos actos de su ópera, inconclusa, *Maledetto*. Mil Diez proyectó estrenarla, aunque fuera radiofónicamente, impidiéndoselo realizarlo la clausura, ocupación y despojo de la emisora, bajo el gobierno de Grau San Martín.

La interpretación de Cervantes fue enriquecida por la actuación periódica de María Cervantes. A veces actuó en Mil Diez el pianista Vicente Lanz, destacado entonces en las salas de concierto por su dedicación a la época, la escuela y el estilo cervantino.

Pero María tocaba las danzas de su padre, y puso al acceso del pueblo lo mejor que produjo el talento e imaginación de Ignacio Cervantes, María Cervantes actualizó algunas de las mejores guarachas de los escenarios habaneros de fines del siglo XIX y principios del XX.

Mil Diez poseyó el único ejemplar existente en Cuba de *El cocuyé*, compuesto para gran orquesta —setenta integrantes, entre los que se hallaban ejecutantes de instrumentos de origen africanos, haitianos y cubanos— según informó Laureano Fuentes Matons. Y cuando se tomaban medidas para estrenarla en Cuba y en el mundo, fue clausurada Mil Diez. Y cabe preguntar, ¿qué se ha hecho de esa música? Como el archivo de Espadero, ¿ha ido a parar a sus similares norteamericanos?

Sobre el archivo de Espadero es pertinente recordar una experiencia personal de Honorio Muñoz. Conocedor Mil Diez de que la gran pianista Angelina Sicouret, discípula predilecta de Espadero, poseía el archivo del maestro, que incluía sus originales y tal vez cientos de piezas para piano de los grandes maestros del siglo XIX, y aprovechando la amistad del maestro González Mántici con la eximia pianista, se explotó la posibilidad de obtener algo del gran archivo, especialmente lo personal de Espadero. Honorio Muñoz nos dijo: «Mántici era visita casi todos los domingos de la gran pianista, y con ella interpretaba grandes tríos —violín, piano y chelo, con el profesor Molina— a la par que disfrutaba de la fuerza de las manos y del temperamento y alta técnica, muy decimonona, de la anciana pianista, que acaso, en 1944, tuviera setenta años». Aquella gran

mujer, de mansedumbre y finura cautivadora, ni se cansaba nunca ni dejaba descansar a nadie. Su finalidad era lograr una interpretación auténtica. Era una virtuosa en toda la extensión de la palabra. Y así fue que se programó presentarla en un concierto especial, intención que se frustró por la desgracia de un accidente, que le produjo una fractura en una cadera, impidiéndole seguir siendo una gran pianista. Su esposo, Güell, era un hombre de extremada urbanidad, algo versallesca. Informado, probablemente por el maestro Mántici, del objetivo final de nuestra visita, nos dijo: «Esa música no se vende. Nunca hemos querido deshacernos de ella, pero por tratarse de ustedes, estamos dispuestos a aceptar la decisión de el jurado que se designe, y el que examinará y juzgará el archivo de Espadero que poseemos, que ocupa todo un baúl. El precio que le pongan al valor del archivo lo aceptamos desde ahora.» Era una trampa en la que no caímos. La fórmula era justa pero, ¿qué podría resultar de ella? Docenas de composiciones de Espadero, la mayoría jamás escuchadas en público, seguramente serían valoradas en una cantidad que no poseíamos. Y le contestamos: «Le agradecemos su oferta y su generosa apreciación de nuestro trabajo, pero no podemos aceptarla, porque un buen jurado, que sería lo que nosotros designaríamos, fijaría un precio superior a nuestros recursos.» Hizo una venia, acaso la centésima, y allí acabó todo. Siempre estuvimos seguros que de haber dependido el archivo de la gran virtuosa, el pueblo de Cuba hubiera conocido la obra total de Espadero. Y Honorio Muñoz nos dijo luego: «A posteriori supimos por Odilio Urfé, gran conocedor de la casa, que el archivo contenía, entre otras cosas, una sonata para piano —y no sé si de violín— de Espadero, a un solo tiempo, al estilo de Liszt, que era su dios, pero con clara elaboración de células folklóricas cubanas. Esa música, nos informó Urfé, fue vendida al gobierno norteamericano.» Angelina Sicouret murió poco después de esa entrevista.

Biblioteca y laboratorio, ambas cosas fue la sección de música de Mil Diez.

En la parte bibliográfica se poseyeron y utilizaron lo mejor que se había publicado, hasta el momento, relativo a la historia de la música en Cuba: Serafín Ramírez *El músico viejo* —la edición de las contradanzas de Saumell con que se trabajó había estado a su cuidado y el magnífico estudio preliminar sobre el

gran compositor era obra suya. Sánchez de Fuentes, Guillermo Tomás (especialmente con su *Panteón de músicos cubanos*, cuyo original radicaba en la Biblioteca Nacional, pero que había sido objeto de una sola publicación), Moisés Simons, Agüero, Alejo Carpentier, Tolón y González; se manejó el *scrapbook* de Ignacio Cervantes con la totalidad de las crónicas y críticas a sus conciertos nacionales y extranjeros, escritos en tres o cuatro idiomas; toda la literatura consecuente a la creación de los mejores conservatorios musicales de La Habana, las publicaciones de Pro-Arte Musical, Emilio Grenet, la literatura del Grupo Renovación Musical, todo lo escrito sobre Roldán y García Caturla. Se manejaba, en folklore y etnología, a Juan Luis Martín, Fernando Ortiz, las revistas *Estudios Afrocubanos*, *Archivo del Folklore CUBano*, *Revista Bimestre Cubana*, Bachiller y Morales, tradiciones remedianas, trinitarias, villacloreñas, espirituanas, santiagueras, cubanas; libros y revistas del folklore argentino, mexicano, colombiano, venezolano, brasileño. Se establecieron contactos con viejos músicos cubanos (se reconstruyó una orquesta cubana, o llamada de esa manera, en la que actuó el último maestro del figle conocido), se realizaron entrevistas, grabaciones, transcripciones con grupos de intérpretes de música del África y del monte: comparsas, santeros, grupos batá, decimeros, soneros, danzoneros (fueron presentados los grupos de órgano de Manzanillo, la música de Carlo Borbolla, discípulo de Vicente D'Indy, en Francia, fue dada a conocer en Cuba por Mil Diez)...

Ahora bien, el uso que se hizo de todo ese saber, según lo que luego se hacía y se decía por la emisora, servía para demostrar lo imposible del retorno del pasado: pero que el uso de lo mejor que había producido el siglo XIX, servía de base y sustentación a las transformaciones del presente y a preparar las condiciones para un futuro mejor. Eso, dicho y demostrado en música, era un hacer político que usaba el arte como instrumento de distracción y como medio de educación.

Algunos detalles son excepcionales. Cuba, a través de Mil Diez, después de los Estados Unidos de Norteamérica, en cuyo ámbito sinfónico ejerció la máxima autoridad Toscanini, fue el primer país del hemisferio occidental en recibir la partitura de la *Séptima sinfonía* de Shostakovich, consagrada a inmortalizar la heroica defensa de Leningrado. Sus amigos de Norteamérica

se la remitieron y estaba primorosamente ilustrada con signos y señales hechas por el gran director, bien con lápiz rojo, bien azul. Esos signos expresaban gráficamente el largo estudio del gran maestro y debían ser preciosas indicaciones de su interpretación, del profundo lenguaje del gran compositor soviético.

Mil Diez quiso hacerla pública. Pero no tenía recursos. Sin embargo, el hecho que todavía tiene, necesariamente, valor de actualidad, es que esa partitura se consiguió y que probablemente, en todo el ámbito de la cultura artística mundial, con excepción de la URSS, era la mejor dotada con señales de estudios, experimentación y realización en los gráficos, del gran maestro Toscanini. Y por eso cabe preguntar: ¿qué se hizo de la *Séptima sinfonia* de Shostakovich, que formaba parte del archivo musical de Mil Diez?

Otro estreno que no pudo realizar Mil Diez fue el de *Homenaje a Federico García Lorca*, del compositor mexicano Silvestre Revueltas, dedicado por su autor a Mil Diez y hecho llegar a través de Juan Marinello. Y mientras se transmitieron fragmentos de otras obras del gran artista mexicano, el *Homenaje...* no pudo ofrecerse al pueblo. Ahora bien, la partitura impresa dedicada a Mil Diez, formaba parte de su precioso archivo musical. Y cabe de nuevo la pregunta, ¿dónde se encuentra?

Probablemente —y seguimos empleando nuestra versión de las informaciones que recibimos de las fuentes vivas de Mil Diez—, en La Habana alguien o algunos, tenían ejemplares del *Boletín Latinoamericano de Música*, que dirigía en Uruguay el investigador, compositor y musicólogo alemán Curt L. Sachs, y que constituía un arsenal de información, histórica y crítica de la música, desde Latinoamérica como plataforma, hasta todo el mundo. De lo más viejo a lo más nuevo. De lo ya desusado a lo todavía no usado. Pero el primer trabajo sistemático en información sobre música lo realizó en Cuba Mil Diez.

Hizo más: por primera vez se producía diariamente un programa pianístico, pequeño, pero rico en variedad y calidad de autores de los siglos XVIII y XIX, con la adición de notas al programa que redactaba el propio intérprete. Eso fue ya en el curso del primer año de Mil Diez y el maestro Oscar Calle era el pianista y comentador. No era algo musicalmente, desde un punto de vista técnico, superior o aproximado a lo superior,

pero era la pulcritud, el respeto y la exactitud de la interpretación de cada obra lo que le daba su valor. Fue, tal vez, según se nos ha dicho, un serio empeño de familiarización popular con muchos grandes de la música ya considerados como universales. Musicalmente tenía Mil Diez un distintivo: para ser músico o cantante en ella había que estudiar, había que saber el cómo y el porqué de cada cosa referente a la música. Y por eso fue un laboratorio y una gran escuela.

Mil Diez llegó a constituir, al año de creada, un suceso en la América. La música de Shostakovich y de Revueltas, son dos episodios de ese prestigio ganado. Pero hay mucho más: Fernando Fernández, bella voz, buen canto, inteligencia, viene a Mil Diez. Los obreros metalúrgicos de México lo envían, con una asignación de cuarenta dólares, más o menos lo suficiente para sostenerse pobremente en México. Mil Diez mejora su haber, en algo así como cien dólares mensuales. Pero el hecho es que al mes de cantar en la emisora del pueblo, RHC Cadena Azul, el primer capital de la radio entonces, le ofrece mil dólares a la semana. Fernando Fernández rechaza la oferta: «tengo que actuar seis meses en Mil Diez, de donde salgo, luego iré a mi patria, y después de seis meses de actuación allí, veremos a ver qué se hace».

Santos Discépolo llega a Cuba, acompañado de su mujer, Tania, tanguista de renombre, y de Homero Manzi, entonces el poeta del tango y de la milonga mejor pagado y más conocido. Discépolo rechaza las ofertas de otras empresas: CMQ, RHC: «voy a donde se hace música». Va para Mil Diez. Discépolo es de Mil Diez, aunque ésta no le pagó un solo centavo. Tania canta para Mil Diez. Discépolo presta a esta emisora a su gran bandoneonista Caggiano. Y ante el asombro y la admiración de los mejores de la música popular argentina, «la orquesta de tangos» de Mil Diez, con cuatro bandoneones, bajo la batuta de Guzmán, toca una música de calidad, tal vez a la altura de las mejores orquestas argentinas.

RADIO TEATRO EN MIL DIEZ

Se abrió con un ciclo de programas compuesto por *Los forjadores de la victoria*, que escribía Félix Pita Rodríguez, y que

dramatizaba episodios de la lucha contra el fascismo, radiándose los lunes, miércoles y viernes; los martes, jueves y sábado se cubrían con *Entrevistas extraordinarias*, que escribía Honorio Muñoz y que se centraban en temas e ideas políticas, un poco de lo que ahora se llama ciencia-ficción, ya que fueron entrevistados, entre otros, el hombre de las cavernas, la muerte, la nada, y variedades de tipos históricos, identificados con la situación existente en el mundo en esos momentos; *Sandokan*, radiada diariamente, la escribía el poeta Guillermo Villaronda, entonces progresista y que finalmente abandonó el país. Se idealizaba, al estilo de Salgari, cierta forma de lucha anticolonialista; finalmente, el poeta y escritor Juan Herbello, en fantasía y aventura, dramatizaba con un sentido nuevo, el personaje llamado «El Fantasma». Para cada domingo escribía Pita Rodríguez, que se estrenaba en la literatura radiofónica, *Desfile de Titanes*, biografías de las figuras más destacadas en la lucha por el progreso humano. Pero es bueno señalar que ese esfuerzo múltiple, en el que se manejaban situaciones, ideas, acontecimientos, circunstancias, edades, etcétera, y en el que se asociaban la historia y la leyenda, lo real y lo ficticio, se hacía realísimamente, es decir, dándoles sentido de realidad comprobable en el tiempo que se vivía. Y ese empeño lo inició Mil Diez con un elenco realmente mínimo, pero que demostró calidad y una tremenda voluntad de estudio y de trabajo. Lo integraron fundamentalmente, y como figuras principales: *Nenita* Viera, Bellita Borges, Elvira Cervera, Antonio Palacios, Santiago García Ortega, Paúl Díaz, *Paco* Alfonso, Oscar Luis López, Luis López Puentes, Nicolás Rodríguez, Tomás Cuervo y Amador Domínguez, y poco a poco fueron engrosando el elenco: Antonia Valdés, Raquel Revuelta, Marta Casañas, Mercedes Pérez, Amparo Pérez, Rosa Felipe, María Ofelia Díaz, Violeta Casals, *Margot* Fernández, Thelma Norton, Trinidad Ligüeri, Miriam Acevedo, Lilia Lazo, Marta Falcón, Agustín Campos, Alfredo Perojo, Juan González Ramos, Ernesto Fraga, Enrique Alzugaray, Bob Wilkinson, Eduardo Casado, Luis López Ledo, Ricardo Dantés, Ignacio Valdés Sigler, Enrique Medina, Ángel Toraño, Gladys Zurbano, Reinaldo Miravalles, Manuel Estanillo y tal vez otros más.

Importaba mucho señalar los esfuerzos que se realizaban en Mil Diez para enriquecer su capacidad de sonido. Por ejemplo,

el tema musical de *Entrevistas extraordinarias* debía expresar un mundo actual, o bien hacer actual el más remoto tiempo primitivo. ¿Cómo hacerlo? Trabajando con discos de grabaciones musicales, combinando sonidos distintos unificados, se logró el efecto deseado, apelando al «Vuelo del Moscardón», de Rimski-Kórsakov, y a *La consagración de la primavera*, de Igor Stravinsky.

Otro caso singular se produjo en la dramatización de la vida de Nostradamus. Singular personaje, que realmente existió, y que creó mitos a través de la «adivinación» y de la «profecía», resultaba importante desnudarlo en Cuba, comida por ese tiempo de una verdadera plaga de «adivinos», logreros, profetas y magos de todas las religiones, subreligiones, supercherías y gangsterismo místico. Ahora bien, Nostradamus, según la leyenda, en un solo instante se desdobló, de hombre común, en profeta. ¿Y cómo expresar sonoramente ese desdoblamiento, ese cambio de personalidad, que en la radio «suenan» o ha de sonar a través de la voz humana? El actor español, también exiliado, Nicolás Rodríguez, encarnaba el personaje cuyo desdoblamiento personal tenía que hacerse sonoro. Y se logró: el acto en que Nostradamus se convertía de hombre común y ordinario, en mago, se representó por el procedimiento de hacer que el actor, monologando, en cierto instante aproximara su boca al micrófono, ya que por esa época no existían en Cuba cámaras de reverberación, y la voz natural de Nicolás Rodríguez se comprobó que adquiriría un timbre cavernoso, extraño, inaudito. Y se logró el efecto del desdoblamiento de la personalidad del personaje histórico, transformándolo en legendario.

Inmediatamente de creado el equipo de actores y actrices de Mil Diez, se impuso la responsabilidad de actuar en escenarios públicos, en sindicatos, teatros, fábricas, actos políticos, de masa.

Para eso resultaba necesario dotar a los que carecían de experiencia escénica teatral, y Nicolás Rodríguez propuso, y fue aceptada la idea de crear el Club Los Amigüitos (la gracia se expresa en el uso de la diéresis), en que recibirían entrenamiento escénico. Mimo, gimnasia, que incluía la esgrima, saber nadar, sentarse, caerse o acostarse, el gesto en el rostro, en las manos, en todo o parte del cuerpo. Y ese estudio, entre otros, se hizo diario.

La experiencia de Mil Diez, en la investigación de capacidades de actuación, reportó singulares casos. Por ejemplo, Enrique Alzugaray, que fue buen actor, devino en tal luego de comprobada su incapacidad como locutor. Armando Soler, *Cholito*, fue rechazado como actor (lo que constituyó un error de investigación), y resultó no sólo un gran actor de teatro, radio y TV, sino un magnífico director. Marcos Behemara, que intentó ser actor, evidenció, sin embargo, chispa de escritor, lo que le fue recomendado, y resultó de extraordinaria eficacia, en tanto realizador humorístico.

Pero donde primero se evidenció la impronta revolucionaria de la política cultural de Mil Diez fue en el caso de Amador Domínguez, joven actor negro. En tanto negro, todo actor que lo fuera, y ya hablamos de ello en otro capítulo, estaba obligado en la radio a realizar papeles menores. Se les hacía hablar en «bozal». La igualdad humana y social no aparecía por ninguna parte. Pero Mil Diez revolucionó, humana, social y culturalmente, esa regresiva política: por primera vez en la radio nacional un actor negro cumplía, en tanto tal, un papel protagónico. Algunos se escandalizaron, pero el pueblo verificó en el hecho un acontecer natural, de todos los días y válido en todas las situaciones.

El teatro infantil de Mil Diez tuvo dos programas excepcionales. En uno, Violeta Casals narraba cuentos de la mejor literatura infantil del mundo, y hacía de su voz, voces, y de su persona, personajes. Era una verdadera narración dramática, probablemente el trabajo que realizara con mayor pasión la magnífica actriz. Y los domingos se ofrecía el programa *Ronda Infantil*, todo realizado por niños, hijos de trabajadores. Hablaban, cantaban, representaban. Los dos primeros programas fueron escritos por Honorio Muñoz. Los restantes por Blas Roca. Los dirigía Thelma Norton, buena actriz que sabía música y que era maestra de niños y para niños. De esa pléyade infantil emergió Asseneh Rodríguez, magnífica y multifacética actriz contemporánea al igual que al actor Leonel Valdés. Y todo lo mejor de la verdad, incluyendo la política, se realizaba con los niños.

Para ser actriz o actor en Mil Diez había que ser estudiante activo de dramaturgia, de historia, de folklore y de política. Intervenir en la creación literaria y participar en el trabajo

técnico. Crear y crearse. Hacer y hacerse. Y si bien hubo siempre un director del cuadro total de actores, cada uno tuvo siempre la oportunidad de dirigir o de aportar sus ideas acerca de la dirección. De esa manera, primero poco a poco y luego de golpe y en masa, la radio nacional se fue nutriendo de esa cohorte de calidades desarrolladas en Mil Diez.

Los directores generales principales fueron Antonio Palacios,⁴³ Nicolás Rodríguez, Paco Alfonso, Agustín Campos, Sergio Nicols y Antonia Valdés.

Entre otros, escribieron para Mil Diez, Félix Pita Rodríguez, Juan Herbello, Onelio Jorge Cardoso, Paco Alfonso, Marcos Behemara, Marcelino Arozarena, González Gaspar, Manuel Estanillo, Francisco García Benítez, Díaz de la Nuez, Mirta Aguirre, Alberto Arredondo, Margarita Fundora, Honorio Muñoz, Luis Felipe Rodríguez...

De sus manos salieron *Los forjadores de la victoria*, *Desfile de titanes*, *El alma de las cosas*, *Entrevistas Extraordinarias*, *El Gran Teatro del Mundo*, *La novela de Mil Diez*, *Episodios Nacionales*, *Yayo Sandoval*, *La isla de las tormentas*, *Noticiero en Letra y música*, tal vez una realización un tanto cinematográfica de sonidos rápidos, sucesivos y encontrados, mezcla teatral de palabra y sonido. Y otros muchos...

EL NOTICIERO MIL DIEZ

En las circunstancias en que fue creada Mil Diez, tal vez no resulte aventurado afirmar que su función más importante era informar a los trabajadores y al pueblo.

Mil Diez se concentró en la aplicación de un solo medio: decir la verdad. Y es notable que antes de transcurrir el primer

43 Antonio Palacios fue el primer director por una razón eminentemente política. Era un exiliado político español, con experiencia escénica como buen tenor cómico y buen actor en zarzuela y, por tanto, representaba en el terreno del arte escénico la cultura española ultrajada por el fascismo. El espíritu de solidaridad dictó el compromiso de ascenderlo públicamente en Cuba a la altura que había alcanzado en España.

año de actividad de su noticiario, ya fuese común y corriente escuchar el empleo de esta expresión: «Si lo dice Mil Diez...» (Expresión que, con anterioridad, se escuchó por vez primera cuando se hablaba de La Voz del Aire, pasó a ser exclusiva de Mil Diez.)

Esa situación fue creada en Cuba por el *Noticiero Mil Diez*, entonces lo más movido, decisivo y veraz, tanto en lo nacional como en lo internacional. Y también lo más informado.

El cuerpo informativo interno del *Noticiero Mil Diez* estaba, en realidad, compuesto por el partido marxista que había creado a Radio Mil Diez, por el movimiento sindical, inspirado, orientado y organizado desde una plataforma ideológica marxista, y por la masa del pueblo sufrida, maltratada, golpeada, todavía sin suficiente madurez política, pero capaz de protestar y de denunciar. Eran miles y miles de reporteros diariamente en activo, proveyendo al *Noticiero*... Éste mantenía unas doce ediciones regulares diarias, varias de dos minutos de duración, algunas de cinco, otras de quince y las de conjunto de la masa de noticias en treinta minutos.

Pero lo nuevo, lo totalmente original, insólito, lo realmente inaudito era el ¡FLASH!,⁴⁴ constante, cortando cualquier programa, fuera lírico o dramático, dentro de un espacio pagado por un anunciante y, en ocasiones, para cortar «su programa» y ofrecer la noticia de un conflicto de trabajo precisamente en los mismos predios del anunciante o de asociados suyos en unas mismas organizaciones industriales o comerciales, cosa ésta no sólo prohibida en el resto de los casos, sino que como ya explicamos en otro capítulo, existía un total divorcio entre los obreros de una fábrica, los artistas y la emisora.

Esa fue, en nuestra opinión, la más elevada expresión del ejercicio del derecho de la clase obrera a decir públicamente su pensamiento en el campo de la radiodifusión nacional. Todo

44 Con anterioridad, Ibrahim Urbino había creado la frase de «¡Flash, último minuto!», en la RHC Cadena Azul. Sin embargo, su uso fuera de los espacios noticiosos no se permitía. Dependía de si el anunciante daba la autorización para cortar el programa e intercalar la noticia, de lo contrario, había que esperar a que el programa terminara.

anunciante que alquilara para su propia propaganda comercial o industrial un espacio en Mil Diez, podría disponer de ese espacio sujeto a esa condición: todos los espacios del tiempo al aire de la emisora podían ser usados por ella para lanzar noticias de «última hora», noticias que perderían su carácter y su valor si se emitían fuera del tiempo en que se producían los hechos. De esa manera, los trabajadores y el pueblo pudieron estar seguros de que, fuera en el espacio que fuera, estuviera o no comercialmente alquilado con carácter exclusivo, dentro de él, si era necesario hacerlo, se darían las noticias que más urgían a los intereses obreros y populares. Recordamos innúmeros cortes a los programas Gravi y de Partagás, dos anunciantes de los más importantes de Mil Diez. Y es preciso hurgar en la historia de la radio, para ver si se encuentra un solo caso similar.

En resumen: Mil Diez fue adquirida por el pueblo y al pueblo se debía durante toda su existencia. Siempre luchó contra la discriminación racial, los desalojos, los desahucios, los despidos, los abusos y atropellos de carácter laboral y social; orientó a las masas trabajadoras denunciando los vericuetos de una política corrompida, sujeta a los intereses de la burguesía explotadora. Por eso fue atacada con las armas más sucias; nunca se la dejó de perseguir, terminando por destruirla y silenciarla con el apoyo de jueces vendidos y leyes amañadas.

Por sus micrófonos desfilaron dirigentes de la clase obrera, como Jesús Menéndez, Aracelio Iglesias, José María Pérez, Lázaro Peña; también es de destacar a Salvador García Agüero, que en su periódico, programa dominical, dejaba escuchar su inconfundible voz, respaldada con la solidez de argumentos en los que estaban presentes su fina ironía, terror de los que componían la politiquería de aquella República.

El *Noticiero Mil Diez* no dio cabida a la crónica roja ni estaba a la caza del «palo periodístico», como se decía entonces. El *Noticiero* era oído por todos: por los que buscaban en él la confirmación del hecho, y por los que decían «a ver qué dicen los comunistas...» Su *Noticiero* era escuchado por amigos y enemigos...

El cuadro de locutores de Mil Diez en mayo de 1948, lo componían: Manolo Ortega, Enrique Sardá, *Pepe* Agüero, Abilio Felipe, Enrique Marrero, Juan González Ramos y Ramiro Obrador.

Teniendo en cuenta lo que fue y representó la emisora Mil Diez para la radiodifusión cubana, hemos querido terminar este trabajo con el testimonio de un testigo excepcional, Sergio Nicols,⁴⁵ de los últimos instantes del bastión que centavo a centavo levantó la clase obrera cubana, en medio de una represión ilimitada, para denunciar e informar de todo cuanto de criminal se realizaba por los explotadores del pueblo.

La última vez que Jesús Menéndez habló en un grandioso mitin en La Habana, fue el 6 de enero de 1948 por la noche. El tema central fue el diferencial azucarero. Su intervención fue valiente y revolucionaria, denunciando a la burguesía azucarera y al imperialismo yanqui. Creo que este discurso aceleró los planes para eliminarlo, como sucedió el 22 de enero del propio año, en Manzanillo, Oriente.

El discurso de Jesús Menéndez del 6 de enero, lo habíamos grabado en placa de 16 pulgadas en Mil Diez, *Pepe Tabío* auxiliado por mí. Entonces, por orientación del Partido, el Noticiero realizó un trabajo de edición con pedazos del discurso de Jesús y textos comentados, que para desgracia nuestra lo dijo el hijo de puta de Ramiro Obrador. (Hoy no sé por dónde estará mendigando a la CIA algunos centavos, aunque él no lo crea, para seguir arrastrando su miserable vida.)

Esta grabación, que también realizamos *Pepe Tabío* y yo, la verdad que paraba los pelos de punta.

Cuando se acercaba el 1º de mayo de 1948, y teniendo en cuenta la orientación de la C.T.C. de la no asistencia al desfile mujalista, se acordó concentrar a los trabajadores en los locales de sus sindicatos, para que escucharan ese

45 Sergio Nicols, cantante, escritor y jefe de programas en Mil Diez, combatiente de la Guerra Civil Española (46 división del V Cuerpo de Ejército). Militante del Partido Comunista español desde 1935. Pasó seis años de prisión en cárceles o campos de trabajo después de finalizada aquella (1939-1945). A finales de 1945 pudo regresar a Cuba. Militante del Partido Socialista Popular. Actualmente, escritor y director de programas de TV.

día la trasmisión especial que fue grabada y que salió a las 9:30 a.m.

Horas después, las ensordecedoras sirenas de las perseguidoras que venían a parquear y cerrar totalmente la calle Reina 312, eran del carajo.

Estábamos en la emisora muy pocas personas. *Pepe* Tabío, el operador de audio *Tato* Collazo; Emilio Valdés... en fin, que no pasábamos de cinco. Yo me asomé al balcón que daba a la calle Reina y aquello parecía que iban a tomar La Bastilla. ¡Había «azules» por todos lados!

Previamente, yo había mandado a cerrar la cancela que estaba a medianía de la escalera y el ruido era ensordecedor empujándola y golpeándola. Regresé aprisa al borde de la escalera y la reja ya la habían forzado, subiendo en compacto tropel por la estrecha escalera como treinta genizaros «azules», al mando del comandante Antonio Borges, ⁴⁶ jefe del Primer Distrito, quien entró en la cabina del control y se puso a arrancar los cables de los paneles, dándole patadas a las cosas, mientras esgrimía la pistola en la mano izquierda y los guardias tomaban la emisora y el noticiero que estaba en la azotea. Yo le dije al Comandante que aquellos cables tenían «alto voltaje», con idea de parar su ataque, y él me gritó que «parara aquello enseguida», apuntándole al operador del Control. Hicieron un registro destructor. Teníamos dos revólveres, pero la compañera Rosa Girona, esposa del compañero José Luis Pérez (los que habían llegado mientras todo esto sucedía), ya los había localizado y se los había atado debajo de la falda pudiendo sacarlos más tarde.

Vinieron enseguida dirigentes del P.S.P. y la discusión fue violenta, pero se nos sacó a todos de allí, tomándose la emisora militarmente.

Mil Diez, la revista semanal *Ahora* y el periódico *Hoy*, eran objetivos del enemigo, precisamente por su posición

46 Además del comandante Borges, participaron en el asalto armado a la emisora los comandantes Aragón Medinilla, José Rego Rubido y Francisco Morales Llanes.

firme ante la reacción y el entreguismo. Algún día se tendrá que escribir la formidable historia de esos tres nombres. Sin duda son más los que habrán de recordarse, pero te hablo sólo de ellos, por ser lugares que me honro en haberles sido fiel colaborador.

EL SUELDO MÁS ALTO EN LA NÓMINA DE MIL DIEZ

Este le fue asignado a Raúl Karman, ingeniero electricista, de gran experiencia en la Radio Nacional, constructor, entre otras, de las emisoras CMCX, Radio Lavín, más tarde Mil Diez, de onda media, y de la COCX de onda corta.

En la década del cuarenta, los técnicos que daban mantenimiento a las emisoras de radio no tenían sueldo fijo, y la mayoría trabajaba a base de igualas mal retribuidas. Pero, la dirección de Mil Diez, valorando la importancia de ese trabajo, lo primero que hizo fue fijarle al ingeniero Karmann un sueldo de doscientos pesos, el más alto en la nómina de la emisora, sin pedirle cuenta de su ubicación política, sino apreciando su capacidad y honestidad. De él queremos citar dos hechos, que demuestran su comprensión de la labor desarrollada por Mil Diez.

En una ocasión, en unión del compañero Casimiro Centeno, sacó en su automóvil las armas que había en la planta —situada en el reparto Martín Pérez—, para rechazar cualquier posible agresión, en el momento en que funcionarios de la dirección de radio y de la policía efectuaban el inventario, después de la clausura. Y cuando ya próximo a la muerte, llamó al compañero José Tabío Palma y le entregó un plano, hecho por él, de una pequeña planta de radio portátil, por si el Partido quería seguir transmitiendo clandestinamente, a pesar de la clausura.

El ingeniero Karman integró dos delegaciones cubanas a congresos internacionales de radiodifusión, y en ambos tuvo una participación destacada, en uno de los cuales fue muy elogiado su trabajo sobre «Las Antenas Direccionales».

EL DIRECTOR DE ORQUESTA DE UNA EMISORA

La primera plaza que aparece en nómina como director de la orquesta acompañante que con exclusividad toca para una emisora, no así para un anunciante o programa determinado, la crea Amado Trinidad en la RHC-Cadena Azul. Pero hagamos un poco de historia: En la década del 30 al 40, casi ninguna orquesta típica de jazz band o acompañante tenía a uno de sus componentes dirigiéndola única y exclusivamente, sino que a la vez que la dirigía, tocaba.

Hasta 1940, año en que se inaugura la RHC-Cadena Azul, es interesante destacar que este tipo de labor prácticamente no existía, es decir: la de actuar solamente como director, situándose frente a la misma y subido sobre el podio, con la batuta en la mano. Sin embargo, ya se había realizado. Entre otros, por el maestro Gonzalo Roig en la década del veinte, por la PWX de la Cuban Telephone Co. Le sigue por orden, tratándose de música popular transmitida por la radio, Alfredo Brito, quien al frente de su orquesta Siboney, y desde la CMC, antigua PWX, realizó por primera vez una transmisión especial de música cubana, para ser radiada por la cadena de estaciones de la BBC, incluyendo la WEAf de New York, el 14 de noviembre de 1931.

Parece seguirle el profesor Antonio Andraca, considerado como uno de los mejores clarinetistas que ha dado Cuba. Y tratando de seguir un orden más o menos cronológico, lo completarían: Rodrigo Prats, en la CMCD La Voz del Aire, en noviembre de 1933 primeramente, en la CMQ de Monte y Prado, en 1938, después; pasando más tarde a la RHC-Cadena Azul en 1943, como director de la Orquesta Gigante, conjuntamente con Leonardo Timor dirigiendo la orquesta Havana Casino.

Y cierra este ciclo de directores, Julio Brito, en la CMBF Radio Universal S.A. situada en Prado 159; Enrique González Mántici, Adolfo Guzmán, Félix Guerrero y Roberto Valdés Arnau, estos últimos cuatro en Mil Diez, «la emisora del pueblo».

En cuanto a los arreglos de música argentina, que sustituían los hechos en Norteamérica y que se vendían en las casas

impresoras cubanas, fue el maestro Adolfo Guzmán el que inició, en RHC-Cadena Azul, los primeros orquestados para la radio. En 1941, con motivo de la visita del cantante argentino Alberto Gómez, llamado el cantor del pueblo, al llegar a La Habana sin arreglos para la orquesta es cuando por vez primera el maestro Guzmán realiza el de los tangos *Charlemos*, *En un beso la vida*, *El Tango Di Ramona*, y otros grabados en la Victor ese mismo año.

Esta experiencia le sirvió de base para la realización, en 1943, de los arreglos para la orquesta de tangos de Mil Diez, ya que a partir de ese instante pasa a dirigir única y exclusivamente.

¿CUÁNTOS APARATOS DE RADIO EXISTÍAN EN CUBA EN 1956?

El día 6 de julio de 1956 —DÍA DE LA PUBLICIDAD en el pasado sistema capitalista—, el Circuito CMQ S.A. dedica el Boletín No. 21, órgano de la Junta Directiva del propio Circuito, destinado exclusivamente a los empleados de la empresa, a celebrar esa fecha.

En la página 21, en una disertación pronunciada por Manolo Reyes, Jefe de Ventas de CMQ-Radio el 8 de mayo de 1956, en uno de sus párrafos decía:

Cuba tiene 5 800,000 habitantes de acuerdo con el último censo —1953—, repartidos en 1 200,000 hogares a través de toda la Isla. De ese millón doscientos mil hogares, el radio cuenta ya, según indican las investigaciones y los surveys, con más de 1 000,000 de hogares con radio. Y nótese que cuando digo un millón me refiero a hogares y no a aparatos de radio. En este caso aumentaría notablemente la cifra, porque más del 50% de esos hogares tienen dos o más aparatos de radio que se escuchan.

En otro párrafo dice:

Otro detalle muy interesante lo constituye la evolución que el radio ha tenido. Así como un punto de raiting en radio en el año 1947 equivalía aproximadamente a 5,000 ó

5,500 hogares, hoy en día, y esto es sumamente importante, un punto de rating en radio equivale a 10,000 hogares y como se conceptúa estadísticamente que en cada hogar escuchan 2.18 personas, ese mismo punto equivale a 21,800 personas.

Y en otro párrafo agrega:

Y dicho sea de paso, en la ciudad de La Habana, ruedan aproximadamente 77,271 automóviles de los cuales el 65,39% tienen radio, o sea, más de 50,000.

De todo esto, aunque en la práctica haya sido alterado, es interesante la variante existente entre 1943 y 1953, el último censo de población, y la variante en cuanto al equivalente en oyentes de un punto del rating entre 1947 y 1956, época en que ya Mil Diez ha desaparecido del aire.

LA UNIVERSIDAD DEL AIRE

La Universidad del Aire era un programa para la difusión de la cultura por medio de la radio. En el mismo se ofrecían temas históricos, sociológicos, literarios, etcétera.

Durante algún tiempo, las transmisiones de este programa se efectuaron los domingos por la tarde, después se celebraron los domingos por la noche y más tarde pasaron nuevamente a transmitirse de 5 a 6 de la tarde.

La dirección del programa fue encomendada desde sus inicios al doctor Jorge Mañach, Director del Departamento de Actividades Culturales del Circuito CMQ.

La Universidad del Aire se inauguró el 13 de diciembre de 1932, a las 9 p.m., por la emisora CMBZ.

PROGRAMA INAUGURAL

1. Propósitos y métodos de la U. del A. por el doctor Jorge Mañach.
2. Intermedio Musical.
 - a) *Coral*. Bach. Piano por Harold Bauer.

b) *Larghetto*. Weber. Violín, por F. Kreisler.

c) *Tocata y fuga en Do menor* de Bach, por la Orquesta Sinfónica de Filadelfia.

3. Cómo se formó el mundo, por el doctor Salvador Massip, profesor de la Universidad de La Habana.

Después de un receso de varios años, reaparece el 9 de enero de 1949 por el Circuito CMQ, en un horario distinto. Por el programa desfilaban semanalmente figuras de relieve como Fernando Ortiz, Carlos Rafael Rodríguez, Salvador Massip, Vicentina Antuña, Juan Luis Martín, Manuel Bisbé y otros. Claro está que no siempre los invitados tenían la calidad de los anteriormente mencionados, ya que visitaban dicha tribuna defensores incondicionales de los gobiernos de turno y del imperialismo yanqui.

Con motivo de la celebración del Cincuentenario de la República, la *Universidad del Aire* preparó una serie de comparecencias para examinar el proceso histórico de Cuba en cincuenta años de este siglo, tituladas «Saldo del Cincuentenario». A partir del golpe de Estado del «guajirito de Banes», infinidad de jóvenes acudían al programa con el fin de utilizarlo para denunciar el régimen de facto

El programa se grababa a medida que iba al aire, cinta que se entregaba a la secretaria de Goar Mestre para su transcripción. Recordamos que en cierta ocasión se nos advirtió que teníamos que tener cuidado por si surgía algún problema con el público asistente, ya que terminada la conferencia se hacían preguntas que eran respondidas por los integrantes de la mesa.

También recordamos que una de las veces en que producíamos el programa, el cristal que nos separaba del estudio nos impidió ser blanco de una lluvia de huevos lanzados contra el politiquero Radio Cremata Valdés, paniaguado que trató de justificar el cuartelazo del 10 de marzo. Ese día las puertas del estudio dos se abrieron para dar salida no sólo al público que se atemorizó, temiendo la llegada de las perseguidoras, sino a los autores del hecho, que no eran otros que un grupo de estudiantes que estaban cazando al paniaguado que hacía su comparecencia.

La agresión del 4 de mayo de 1952 por el SIM y los pandilleros del PAU contra Elías Entralgo, disertante, y Canet y Mañach, miembros de la mesa, además de varios asistentes, entre los que se encontraban Armando Hart y Faustino Pérez, entonces dirigentes estudiantiles, dio lugar a las palabras de Fidel en su alegato *La historia me absolverá*:

De inmediato después del 10 de marzo comenzaron a producirse otra vez actos verdaderamente vandálicos que se creían desterrados para siempre de Cuba: el asalto a la «Universidad del Aire», atentado sin precedente a una institución cultural, donde los gánsters del SIM se mezclaron con los mocosos de la juventud del PAU [...]

Por su parte, el doctor Elías Entralgo, al proseguir su conferencia el domingo 11 de mayo, hubo de señalar:

Había leído el domingo pasado, en este Saldo del Cincuentenario, la crítica de los políticos profesionales, de los partidos, de los procedimientos electorales, y entraba en el estudio de la actuación del poder ejecutivo, señalando el desequilibrio, a través de nuestro proceso republicano, entre autoridad y libertad, cuando los hechos, como a manera de confirmación objetiva y práctica de la tesis que estaba sustentando, vinieron a concederme plenamente la razón. Ya se sabe desde el cabo de San Antonio hasta la punta de Maisí —con la única excepción de los cuerpos policíacos— que el señor Raúl Tamayo Rodríguez, presidente de la sección juvenil del partido del Gobierno en la provincia de Oriente, y cabecilla en otra época de la destrucción del mobiliario en el antiguo edificio del Instituto de Segunda Enseñanza de Santiago de Cuba y de otros actos vandálicos en el teatro Aguilera de esa ilustre ciudad, me interrumpió la lección y subió al escenario, al propio tiempo que enarbolaba un pañuelo como consigna para que su «chusma diligente» (pocas veces pueden aplicarse con más exactitud estos vocablos del inmortal soneto de La Avellaneda) entrara en acción, en una acción que ya ha conocido y calificado todo el país. Seguiré ahora la lectura de mi trabajo en la coma en que la había dejado.

Sin embargo, son más que elocuentes las frases del Ministro de Propaganda de la dictadura, Ernesto de la Fe, ante la ola de protestas que crecía día a día: «La acción se debe a ortodoxos y comunistas.»

CMZ

Durante la primera dictadura militar de Batista, el teniente Alberto Bolet (músico del ejército), le sugirió la instalación de una radioemisora dedicada, preferentemente, a elevar la cultura de las tropas. Surgida así, dentro de un marco clasista, la emisora castrense. CMZ pasó después al Ministerio de Educación. Esto la proyectó dentro del panorama de una radiodifusión no comercial.

Desarrolló talento nuevo, y sirvió de base de entrenamiento para buenos autores y artistas, que más tarde ocuparon posiciones en el sector radiocomercial. (Enrique Santiesteban, de músico y cantor, se desarrolló como actor radial en esa CMZ, después de iniciarse en Radiodifusión O'Shea como locutor.)

Su tónica fue la divulgación de buena música sinfónica y de programas hablados sobre temas de literatura y arte: charlas, biografías dialogadas y dramatizaciones históricas.

Pero, aunque el teniente Morales, director de CMZ no dejó de hacer un esfuerzo sincero por la radiodifusión, sus buenas intenciones se vieron limitadas por dos obstáculos: la falta de recursos, por presupuestos muy bajos; y el uniforme kaki, que no era, precisamente, el traje más adecuado para emprender empeños culturales y de utilidad social. Sin embargo, se debe a Alejo Carpentier la innovación de varios de sus programas.

CMBF

Esta emisora llevaba seis meses sin salir al aire cuando Goar Mestre la compra, el 10 de febrero de 1948.

Mediante un gran esfuerzo desplegado por los técnicos del Circuito CMQ, al día siguiente —11 de febrero—, sale al aire en un improvisado estudio sin baldosas y sin puertas, en el edificio Radiocentro.

Surca el aire con una programación de discos solamente, pero presionado Goar Mestre por el Ministro de Comunicaciones, al

otro día —12 de febrero—, ocho de sus dieciséis horas de transmisión son con personal en vivo. Durante las horas en que la transmisión recesaba, fue terminado el estudio.

Los primeros artistas que trabajaron fueron el pianista santiaguero Rolando Mauriset, las Hermanas Lago, las Hermanas Márquez, el Trío Servando Díaz y el Conjunto Saratoga, entre otros.

La inesperada salida de la CMBF con 950 Kc. antes de la inauguración de la CMQ en Radiocentro, hizo que Goar Mestre se pusiera de acuerdo con el Ministro de Comunicaciones y lograra que éste dejara sin efecto la disposición de presentar artistas en vivo, con el fin de llevar a cabo una vieja sugerencia de poner una emisora única y exclusivamente con música clásica. Así surge la CMBF, Onda Musical del Circuito CMQ.

Siguiendo la pauta cultural de la emisora del Ministerio de Educación, el Circuito CMQ, ya en su estructura monopolista, organizó una emisora afiliada para difundir exclusivamente programas musicales de alta calidad con anuncios comerciales.

Desde el verano de 1946, Goar Mestre había recibido la sugerencia de presentar una hora con grandes obras musicales grabadas a través de la CMQ, en la cual se incluyeran comentarios adecuados. La indicación provino del pianista y musicólogo Orlando Martínez quien, como colaborador de Erich Kleiber, tenía a su cargo la edición y comentarios de los programas de la Orquesta Filarmónica de La Habana. CMQ retransmitía los conciertos de la Filarmónica... por control remoto.

Discutido de nuevo el proyecto en 1947, se planeó instalar una emisora dedicada a la música clásica en el proyectado edificio de Radio Centro. Mientras, Orlando Martínez se incorporó a CMQ como musicalizador de programas dramáticos, cargo que ejerció durante nueve meses, hasta que en abril de 1948 pasó a dirigir la nueva emisora CMBF.

Al iniciar y concluir sus labores cada día, CMBF utiliza como tema oficial la *Danza No. 2* de Ignacio Cervantes, interpretada por la Orquesta Sinfónica de la NBC, de New York, dirigida por Frank Black. Esta grabación forma parte del concierto extraordinario de la NBC en homenaje al Circuito CMQ, con motivo de la inauguración de Radio Centro, en marzo del propio año.

El domingo 25 de abril de 1948, CMBF, Onda Musical del Circuito CMQ, transmitió su primer programa:

CMBF
Primer Programa
domingo 25, abril, 1948

a.m.

10:00 a 10:30 *Selecciones operáticas*

La Bohème, Puccini; *O Soave Fanciulla*; Favero-Ziliana

La flauta mágica, Mozart; *Aria de la Reina de la Noche*; Pons,
La Gioconda, Ponchielli; *Cielo e mar*; Gigli

Otello, Verdi; *Credo*; Montesanto

Manon Lescaut, Puccini; *Donna von Vidi Mai*; Ziliana

Los cuentos de Hoffman, Offenbach; *Canción de la muñeca*;
(Pons,

Los Lombardos, Verdi; *Terceto*; Rethberg-Gigli-Pinza

10:30 a 11:00

Solo de piano

Programa Chopin

Nocturno Op. 9, No. 2; Rosenthal

Mazurka Op 50, No. 2; id.

Estudios Op 25, Nos. 5 y 6; Bachaus

Estudios Op 25, Nos. 8 y 4; id.

Vals Op 64, No 2; Rosenthal

Canto polaco No. 1, Op 74; id.

11:00 a 12:00

La Traviata, Verdi; *Preludio* 3er. acto; Orq. F.S. New York;
(Toscanini.

Las joyas de la virgen, Walf-Ferrari; *Intermezzo* No. 1; Orq.
(Sinf. de Minn; Ormandy.

Concierto en re mayor, op. 61 Beethoven, violín y orquesta;
(Heifetz, Orq. Sinf. NBC; Toscanini.

Movimiento perpetuo, Paganini; Orq. Sinf. Minn. Ormandy.

P.M.

2:00 a 5:00

Madame Butterfly, Puccini (Ópera completa).

Firmado: Orlando Martínez

«Ofreciendo música... y sólo música» (frase creada por Goar Mestre), la CMBF chocó con dos fuertes elementos en contra: las agencias de anuncios, que la consideraron un «vehículo débil», y los jefes del departamento comercial del Circuito CMQ, mucho más interesados en «vender anuncios» que en elevar la cultura.

Sin embargo, a los planes monopolistas y a la vanidad social de los Mestres, vinculados en su vida privada a clubes e instituciones aristocráticas donde se apreciaba la elegancia de la cultura, la Onda Musical del Circuito CMQ les significaba un eslabón importante. Sus pérdidas eran absorbidas dentro del complejo mecanismo de la contabilidad del Circuito.

Pero, a reserva del objetivo financiero del consorcio —acaparar canales de radio—, es un hecho concreto que la CMBF ha sido un magnífico vehículo difusor de la cultura y ha contribuido a formar un gusto musical en la audiencia.

Rivalizando en organización con las pocas empresas de su clase en el continente, poseía una discoteca de cinco mil ejemplares que abarcaba todas las formas musicales y todos los países. Fue visitada por eminentes músicos extranjeros, y entre sus miles de reportes hay algunos peculiares, venidos de Suecia y Escocia.

Al conmemorarse en París el centenario de la muerte de Chopin, en 1949, la UNESCO seleccionó a CMBF para transmitir en Cuba la grabación privada del importante concierto, en el que se estrenaron expresamente para la ocasión, composiciones de grandes autores modernos.

La «Orden de Mérito de la República Italiana», la más alta condecoración intelectual de Italia, le fue concedida al director de CMBF en 1958, por esa sistemática divulgación del arte operístico en Cuba.

Vemos, pues, que a despecho de la indiferencia de ciertos sectores comerciales, CMBF mantuvo en las ondas un sincero mensaje de arte, respaldado por una original factura en la producción que la condujo, por la fuerza natural del hecho artístico, hacia la simpatía de toda Cuba.

Este hecho fue reconocido por la Revolución, que en octubre de 1961, amplió sus facilidades, convirtiéndola en Cadena Nacional.

En 1969 el musicólogo Orlando Martínez pasó a ocupar otras responsabilidades y, actualmente, en CMBF trabaja un colec-

tivo de especialistas y asesores, además de los compañeros que atienden el trabajo técnico y administrativo.

En esta segunda etapa de CMBF se ha logrado una ampliación de la programación, tanto de contenido, completándose el carácter cultural de la emisora, como de cantidad y calidad de programas, y de la música en particular, estando representadas todas las formas musicales, épocas, tendencias, escuelas, estilos y autores.

Esta notable ampliación de la programación ha sido posible, en gran medida, por el uso de recursos técnicos como la grabación en cinta magnetofónica, y por las estrechas relaciones de CMBF con todos los organismos culturales del país; por el intercambio de programas grabados con los organismos de radiodifusión de distintos países; y por la trasmisión regular de controles remotos: los conciertos de la Orquesta Sinfónica Nacional, recitales del Palacio de Bellas Artes, Festival Nacional de Coros, concursos nacionales de música, así como cualquier evento musical que pueda ser de interés para el público.

CMBF, Radio Musical Nacional, continúa ofreciendo diecisiete horas diarias de trasmisión que responden a su lema: Una institución al servicio del pueblo y de la cultura.

DESPOJO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Teniendo en cuenta que en la etapa monopolista ya existían perfectamente definidos los hombres y las empresas que representaban el control de los medios de difusión, los problemas interiores no siempre se filtraban a la masa trabajadora y, menos, al pueblo oyente y consumidor.

Aunque cosas como las que se van a relatar existieron en abundancia, hemos querido dejar el testimonio de las que estimamos son las de más interés para el lector, tratándose de dos de las principales firmas sobre las que descansaba gran parte de las inversiones dentro del medio radial. Como directa o indirectamente participamos en los espectáculos que se mencionan, podemos dar fe de la veracidad de los hechos, tal y cual lo cuentan sus protagonistas. Veamos este de Leovigildo Díaz de la Nuez:

Estimado Oscar Luis: De acuerdo con la conversación sostenida en días pasados, me es grato hacerte un pequeño recuento de mi carrera como escritor y explicarte con lujo de detalles lo sucedido acerca de cómo surgió Leonardo Moncada.

Aprovecho la oportunidad para expresar mi gratitud a Enrique Núñez Rodríguez, continuador del mismo y creador del personaje *Bejuco*, que estimo sea su mejor logro e inigualable hasta el momento, por sus características únicas y que creo, sea el personaje que más ha querido el oyente campesino en nuestros cincuenta años de radiodifusión.

Nací en Güines, provincia de La Habana, en agosto de 1913. Me inicié en la radio en 1942. Escribí una aventura para un espacio patrocinado por la Gravi, en Radio Lavín titulada *Guillermo Sandoval*. Aproximadamente un año después, la radioemisora fue adquirida por el Partido Comunista y adoptó el nombre Mil Diez. Continué escribiendo *Yayo Sandoval*, un criollo aventurero en el escenario del campo cubano, escrito en décimas y que interpretaba el repentista y cantante Ermenegildo Díaz (*Clavellinas*). Por ese tiempo, a la vez que colaboraba en Mil Diez (1943-1944) comencé a escribir para C.M.Q., entonces en Monte y Prado, dramatizaciones de ambiente rural que se transmitían en horario matinal con el nombre de *Romances Campesinos*. A raíz de la mudada de la C.M.Q. para Radiocentro (1948) se me encomendó escribir una radionovela para un espacio de poca radioaudiencia que se transmitía en horas de la tarde. Me encontraba en esta labor, cuando me hablaron de Crusellas y Cía., para que presentara un proyecto de programa de aventuras. Un día les llevé la sinopsis de la serie: *Entre dos fuegos*. El espectáculo llevaría el nombre del protagonista: *Leonardo Moncada* y un añadido: «El Titán de la Llanura». Esa fue la primera serie de Moncada. El programa tuvo buena acogida desde su inicio y mes tras mes creció la radioaudiencia. Ocupaba uno de los primeros lugares nacionalmente, cuando escribí la quinta serie, *Desalojos*, donde se expuso con toda crudeza el drama del campesino pobre arrojado de la tierra por los latifundistas.

Tiempo atrás se publicó en la prensa del país el asesinato del líder campesino Sabino Pupo. Vimos en *Bohemia* una fotografía a toda plana del cadáver de Pupo, un hombre corpulento y saludable, como una palma derribada. Nos impactó el asunto y nos propusimos escribir una serie de Moncada con la temática de los desalojos campesinos. Y así fue. En el Departamento de Radio de Crusellas no encontramos oposición alguna al desarrollo de aquella historia que, sin duda, enfocaba el problema con definido carácter revolucionario. Las divulgadas luchas de los campesinos orientales del Realengo 18, la historia de *Lino Álvarez* contada por Pablo de la Torriente Brau, andaban en el trasfondo de aquella serie de Moncada, *Desalojos*. Después me he preguntado cómo la Empresa Crusellas (Colgate-Palmolive) de USA había permitido la utilización de su espacio radial para tal asunto, y he concluido que el caso puede inscribirse en las frecuentes contradicciones del mundo capitalista. A los de Crusellas no les afectaba directamente aquella denuncia. Ellos no vendían sus productos a los latifundistas, éstos no eran distribuidores de pasta dental y jabones; podía añadirse que aquella serie debía de caer bien entre las masas de campesinos que sí constituían parte del mercado jabonero. Estamos seguros de que la empresa jabonera no hubiera permitido la trasmisión de una serie donde, por ejemplo, se revelase los abusos de los departamentos comerciales de los ingenios, sus robos y atropellos a los campesinos. Porque estos comerciantes sí eran factor en la venta de productos elaborados por Crusellas y Cía. La serie *Desalojos* finalizó con una asamblea de campesinos agredidos por los matones a sueldo de los latifundistas. Los hombres de la tierra, apoyados por Moncada y su gente, decidían en aquella asamblea resistir con las armas la acometida de los geófagos. Los campesinos daban el paso revolucionario de defender sus derechos con las armas en las manos. Finalizada la serie a que hemos hecho referencia, surgieron problemas de carácter personal y Crusellas me dejó fuera. Entonces pensé proponer mi espectáculo a otra empresa. Antes, acudí al Registro de la Propiedad Intelectual para registrar el programa. Allí fui notificado de

que *Leonardo Moncada*, programa radial dramatizado, de aventuras, etcétera, había sido registrado a nombre de otra persona. Los de Crusellas, simplemente, lo habían registrado a su nombre.

La poderosa Colgate-Palmolive y su fachada cubana: Crusellas y Cía., despojaban del fruto de su esfuerzo a un modesto trabajador de la radio. Yo no poseía más bienes que aquel título, aquel nombre. Pensé que una reclamación ante los tribunales podía y debía prosperar. ¡Era tan fácil probar que lo nuestro era nuestro! Pero pensé en las implicaciones de un pleito que ganando podía salir perdiendo, puesto que los empleadores para un hombre de mi oficio eran muy pocos: un reducido número de industriales jaboneros, dos radioemisoristas y más nada. Y sabía que ese grupito de empresarios «comían en el mismo plato». Temí que de ganar mi reclamación, los de Crusellas, resentidos, me crearán una mala atmósfera en el reducido medio, y que mis posibles empleadores me dieran de lado. Esto iba a resultar para mí, peor que perder Moncada. Y lo perdí. No reclamé nada. Entonces comencé a escribir otras aventuras para la Gravi.

Un año después, Radio Progreso iniciaba su programación hablada. Entré a Radio Progreso y en marzo de 1951 se radiaron las primeras *Estampas Criollas*, un intento de sátira social desde la situación del campesino, que iba a escribir durante veinte años consecutivamente. Visto el éxito de las *Estampas...*, la Empresa me pidió que escribiera para otro espacio. Querían una novela. Hacía poco que Batista había dado el cuartelazo del 10 de marzo y uno, como todo el pueblo, estaba irritado con la situación. Pensé entonces que podía hacer algo en contra de la pandilla militar, desde mi puesto de trabajo. Recordando relatos familiares y lecturas sobre la Guerra de Independencia, decidí escribir una novela que de algún modo reviviera nuestras tradiciones patrias. Intentaba recordar al pueblo en aquellos momentos, lo que había sido nuestro glorioso pasado. Y concebí el título: *Corazón mambí*. Los de la radioemisora pusieron algunos peros: «que era un título literario», «que mejor una historia de otro carácter», «que ya lo de la independencia era cosa pasada», etcétera.

Mantuve que no tenía otro asunto y que confiaba en el que les proponía. Accedieron, y escribí *Corazón mambí*, durante un año, para la entonces limitada radioaudiencia de una cadena nacional que se estrenaba. Esta radionovela me produjo la mejor satisfacción de mis treinta años como escritor de la radio. Al triunfo de la Revolución en 1959 (habían transcurrido casi seis años de haberse radiado), el comandante Crescencio Pérez, un combatiente destacado de los primeros que se unió a Fidel después del desembarco del Granma, se refirió a *Corazón mambí*. Me decía que la había escuchado desde su rincón oriental, y que había comprendido la intención que nos guió al escribirla. Fue una espléndida retribución a nuestro trabajo.

A continuación detallo lo que estimo sean mis principales espectáculos hasta el presente: *Guillermo Sandoval o Yayo Sandoval*, aventuras, radioemisoras Radio Lavín y Mil Diez; *Romances campesinos*, novela de las cinco, *Leonardo Moncada*, C.M.Q., *Novela guajira* (por breve tiempo en Cadena Azul), *Estampas criollas*, *Corazón mambí*, y otros espacios; Radio Progreso: *Los jimaguas Quiroga*, aventuras, CNC, *Historia de la Revolución*, Radio Rebelde. En TV, Canal 6, la novela *Tiempo muerto*.

Por las características únicas que presenta el espectáculo de *Leonardo Moncada*, queremos aclarar que al dejarlo de escribir Díaz de la Nuez, lo continuó el escritor y actor Sergio Doré.

Terminada la primera serie, pasó a manos del compañero Enrique Núñez Rodríguez, quien lo continuó hasta el instante en que cumplía veinte años ininterrumpidos en el aire.

Cumplida su misión como personaje de ficción, su autor le dio muerte, atravesado por una ráfaga de ametralladora peleando contra el enemigo. Su cadáver fue enterrado en un lugar de América. Así desapareció del aire «El titán de la llanura». Nosotros, que lo dirigíamos en ese instante, podemos decir que dentro de los espectáculos radiales de ese género, ha quedado como un símbolo.

Fue el primer espectáculo en el que el personaje central nace y se desarrolla en la campaña cubana, como defensor del campesinado, y se traslada a tierras de la América Latina para

continuar su lucha por la liberación del hombre de tierra adentro.

Entre los muchos personajes secundarios e incidentales que pasaron por las aventuras de *Leonardo Moncada*, brilla con luz propia *Bejuco Ramírez*. *Bejuco*, no es, sin embargo, un personaje que naciera con ese nombre. Más bien puede considerarse un *resucitado*. Porque *Bejuco*, originalmente se llamó *Tata Fundora*, un bandolero sanguinario, que en la voz y la interpretación de Antonio Hernández causó gran impacto en los radioyentes, por lo que a los patrocinadores del espacio les interesó su permanencia en el aire. Pero *Tata Fundora* era cruel y malvado, y el autor y el intérprete consideraron que no debía vivir. Como el espectáculo era de continuidad, unos seis meses después apareció *Bejuco Ramírez*, esta vez con otras características, aunque conservando la voz y el estilo que le había comunicado Antonio Hernández.

Bejuco era un hombre mentiroso, más bien fantasioso, que inventaba simpáticas anécdotas de su pasado. Había perdido un hijo, sin asistencia médica, por la miseria en que había nacido, y tenía una especial sensibilidad hacia los niños pobres. Unido a *Moncada* (Eduardo Egea) y *Pedrito Iznaga* (Ramón Veloz), *Bejuco* cubrió toda una época de la radiodifusión.

En aquel medio, *Bejuco* constituyó una permanente denuncia y se identificó siempre con las causas justas. Nacido campesino, sintió la desigualdad y la explotación y fue una mezcla pintoresca de lo anecdótico con la rebeldía ante la sociedad que lo asfixiaba.

Después del triunfo de la Revolución, se suscitó un hecho que demuestra la gran audiencia que tenía este programa a nivel nacional.

Un día se nos llamó sorprendentemente a la dirección ya que teníamos la responsabilidad de ese espacio, para informarnos que había que darle muerte en la trama a *Leonardo Moncada*, porque el espectáculo ya no tenía el más mínimo objetivo de continuar radiándose. Expliqué que lo drástico de la medida, sin previamente preparar a la audiencia, podría traer una reacción imprevisible por la cantidad de años que llevaba en el aire, además de las características de sus personajes y el cariño que por ellos sentía el auditorio.

Me respondieron que esa era una opinión muy personal la cual no compartían, así que debía acatar la orden de finalizar la serie dando muerte al protagonista. La orientación fue cumplida, como ya dijimos. Leonardo Moncada fue muerto heroicamente defendiendo los intereses de los campesinos, y su cadáver enterrado en un lugar de la América Latina.

Tres días después, fui llamado nuevamente por la dirección de la emisora para decirme que había que resucitar a Moncada porque se había creado una marcada situación de rechazo por parte de sus cientos de miles de oyentes en toda la República y especialmente en el sector campesino, que no entendía el porqué de la desaparición del serial.

Les expliqué que el personaje no se podía resucitar, dado que la forma tan clara y directa en que se cometió el hecho y después la escenificación del entierro, con las paletadas de tierra cayendo sobre el ataúd y todo el ambiente realista que envolvió estos sucesos, no permitía la menor duda. La solución se hacía cada vez más difícil, pero se pudo resolver al fin, gracias a que nosotros nos acordamos de que hacía más de quince años, en una serie donde aparecía la esposa de Leonardo Moncada, esta había muerto al dar a luz un niño. En la trama, Moncada no estaba presente en el instante que nace su hijo, y más aún, nunca se enteró de su existencia.

El niño fue recogido por unos campesinos que sí conocían los lazos que lo unían a Moncada, y precisamente por esto, ante el temor de un secuestro lo crían ocultando a todos su verdadera entidad.

Este hecho me hizo concebir —ante la necesidad de sacar nuevamente el espectáculo— que se escribiera una serie con el título de: *Y se apellida Moncada*.

Como era de esperar, el personaje tendría las mismas características del padre, pero más joven. La interpretación la realizó el actor Mario Limonta. Y así fue como días después salía la nueva serie donde trabajaba todo el elenco que los oyentes venían escuchando hacía dos décadas. Y por supuesto, entre ellos no podía faltar el ladrido característico de Campeón, el perro de *Pedrito* Iznaga, quien se convirtió en un verdadero ídolo de la radioaudiencia infantil y que constituyó una creación de Carlos Planos Osorio, imitador y operador de efectos ma-

nuales quien en más de una ocasión lo hizo virtualmente hablar ante el micrófono.

Otro de los escritores para la radio, Juan González Gaspar, nos ofrece otro testimonio, esta vez sobre *Tamakún*, el vengador errante:

Nací en el Tulipán (barrio del Cerro, provincia de La Habana) el 29 de octubre de 1907. Me inicié en el radio como escritor en 1932.

La verdad sobre *Tamakún, el Vengador Errante*, es la siguiente: este espectáculo salió al aire el primero de diciembre de 1941. Escribí cuatro series: *Tamakún, el vengador errante*; *El misterio de la burbuja verde*; *Batalla de pasiones* y *El misterio del hombre mono*. En esta última serie estalla el conflicto, que ya se venía urdiendo calladamente. Se me hacen rehacer los libretos caprichosamente, hasta que planteo en firme el asunto y se me responde que si no me conviene que renuncie. (Palabras del señor Viana). Voy a inscribir la obra en la Propiedad Intelectual y Obelleiro Carvajal, mi jefe inmediato, a espaldas mías, la había inscrito como de él. Veo a Caignet y éste me cita para la Academia de Bellas Artes, en la Habana Vieja, para presentarme al doctor Natalio Chediack, que se hace cargo del caso, por amistad con Caignet y por haber sido compañero mío de carrera. La gente de Sabatés trató de sobornarlo con regalos, con ofertas de dinero, al mismo tiempo que valiéndose de su condición de Gran Empresa, me cerraba todos los caminos en las otras emisoras pequeñas, amenazándolas con retirarles los anuncios si me daban trabajo. Viéndose perdidos y sabiendo que iban a caer en manos de la justicia, buscaron llegar a un arbitraje, nombrando a Luis Aragón representante suyo. A mi me representó el doctor Antonio Iraizos. Se llegó al acuerdo de que yo accediera a dejar que se continuaran radiando los episodios, mediante una asignación de setenta y cinco pesos mensuales como derecho de autor y se me entregarán doscientos pesos como indemnización (que no quise aceptar) y entonces se le dio a un refugiado español, un tal Hernández que estaba de paso para Venezuela y se había comprometido a hacer los estatutos para la Corpo-

ración de Autores Cubanos. Chediack, al entregarle el sobre con el dinero, le dijo sencillamente: «Esto es en premio del triunfo de la justicia.»

Durante casi tres años se continuó radiando la obra en esas condiciones, hasta que, habiendo sido nombrado Obelleiro en un alto cargo en R.H.C. Cadena Azul, me mandó a buscar, pues tenía ofertas del extranjero para radiar la obra, pero tropezaban con el obstáculo que ésta estaba a mi nombre. Me ofreció 1000 pesos. un espacio radial en R.H.C. y «permitirme» hacer la Radionovela Kresto para la C.M.Q. (negociaciones que se venían haciendo en secreto, debido al cerco que ellos me habían tendido). Cómo él lo supo, no lo sé, pero esto me enfrió y fue lo que me decidió a llegar a un arreglo, siempre con la condición que el día que dejara de utilizarla, «la propiedad volvería a mí».

Estaba cercado, era yo solo —pobre— contra una empresa poderosa y no tuve otro remedio que claudicar. El espacio radial en R.H.C. se pudo dar, porque Miguel Gabriel pasó a la R.H.C. y eran enemigos, por lo que él saltó del puesto que ocupaba, pero yo pude hacer por más de tres años, la Radionovela Kresto en C.M.Q.

El personaje de Tamakún está inspirado en el Dr. Yarogui (personificado por Jesús Alvaríño) en una serie de Chan Li Po (era un médico hindú). El nombre de Tamakún, en realidad fue Tamakán, aldea bombardeada por los japoneses, cerca del Río Obí; por razones de eufonía se escogió Tamakún.

Katmandú, región de los Himalayas (actual capital del Nepal), país de los lamas, se escogió como lugar natal del Príncipe y Calcuta, en la India, como lugar de la acción. Arelis se llamó así, porque equivocadamente tomó a Anneris por india, en la ópera *Aida*, que sí es la india y Anneris la egipcia, y como un gesto de simpatía a mi compañera, la poetisa y escritora Araceli Torres (protagonista de la obra). Ivonette (dueña de un garito y traficante de drogas), contrafigura de la obra, lo hizo *Nenita Viera*. Ali-Yabor (consejero y en cierto modo tutor del príncipe) fue Luis Manuel Martínez Casado. Iraseff, el hombre malo de la obra, no recuerdo quién lo hizo,

aunque tengo idea que fue Santiago García Ortega o Pedro Pérez Díaz.

Querido Oscar Luis: creo que con esta panorámica, queda aclarado el conflicto, que hasta el presente lo conocían sólo unos pocos. En mi poder queda toda la documentación que prueba la veracidad de los hechos.

En cuanto a mi trayectoria en el medio radial, son tantos los años que llevo de escritor dedicado a lo dramático y a lo musical, que de detallar el contenido de trabajo, se haría interminable. No obstante, puedo decirte, que actualmente, a pesar de mis cuarenta años de labor ininterrumpida, aún escribo para Radio Liberación *Bajo las estrellas*, *El Camino de la música*, *Álbum de música internacional* y *Noche española*.

Tu amigo de siempre, Juan González Gaspar. Noviembre de 1973.

EL ESCRITOR CONOCIDO... Y EL IGNORADO

Posiblemente sea Gaspar Pumarejo uno de los primeros hombres que hábilmente explotó las facultades literarias de toda una legión de jóvenes con condiciones, entusiasmo y grandes deseos de incorporarse a un medio relativamente nuevo, que día a día iba en ascenso, no ya por el interés monetario, sino porque la vocación y rápida popularidad que representaba se convertía en un imán para los que empezaban.

A principios de la década del treinta, como ya hemos señalado, Pumarejo inaugura su periódico del aire, titulado *Aló Aló* y el periódico *La Palabra*.

El formato del periódico *La Palabra* era más o menos igual a todos los que por esa época salían al aire, excepto *La voz del Aire*: lectura de noticias, las que a su vez se comentaban, y, como era de esperar, varios días a la semana se leía un editorial en la voz de su director, Gaspar Pumarejo.

A los efectos del oyente, todo cuanto se comentaba se debía a la pluma de Pumarejo, sin embargo, los textos y editoriales eran escritos por Gaspar Arias, nombre que jamás salió al aire, pero que se daba por bien pagado mediante unos vales que le entregaba Pumarejo, para que los cambiara por uno que otro

artículo de vestir en los establecimientos que aquel tenía como anunciante y que eran los que sufragaban los gastos de la hora.

Más tarde, en la década del cuarenta, este hecho se repitió con un renombrado autor, según nos cuenta Gaspar Arias. Por esta época, el escritor José Sánchez Arcilla inicia por la CMQ, de Monte y Prado, una adaptación libre de *Las aventuras de Casanova*, espectáculo que durante un año fue escrito por Gaspar Arias, mediante el pago de ciento veinte pesos mensuales, mientras que Sánchez Arcilla, amigo personal de *Chapitas* Trujillo y en contubernio con los gobiernos de turno, cobraba cientos de pesos que le servían para viajar y frecuentar afamados restaurantes y cabarets, hasta que terminó la novela que no escribía, y sin que dejara un solo día de decirse su nombre, amén de los comentarios favorables que le hacían las revistas y secciones radiales de los periódicos de la época.

Y continuando la lista de los escritores anónimos, es digno de mencionarse a Armando Couto.

De los tres espectáculos de aventuras ideados por Armando Couto: *Los tres Villalobos*, *El príncipe leopardo* y *Cazán el cazador*, fue el primero el de más duración.

Los tres Villalobos fueron concebidos a partir del esquema de las películas norteamericanas. Eran tres aventureros latifundistas disfrazados de buenos émulos de Supermán, donde no podía faltar el jinete cantor con su guitarra al hombro, valiente, noble, previsor y buen mozo: Miguelón, junto a su caballo Tormenta. Su hermano Rodolfo, galán estereotipado de voz melosa, que con su caballo Centella formaba una sola pieza: y el tercer hermano, Machito, con su caballo Azabache. *Los tres Villalobos* jamás trabajaron porque se deducía que vivían de las rentas. Muestra de ello eran las fotografías de propaganda, en que aparecían vestidos de forma impecable; en este espectáculo, como ya venía ocurriendo los llamados malos continuaban saliendo a través de distintas series, cometiendo más fechorías y metiéndose más en el público oyente y fueron malos durante todo el tiempo que el espectáculo estuvo en el aire, hasta que por distintas circunstancias acordaban los asesores desaparecerlos —no matarlos—, para reaparecer si el público así lo pedía o el autor exponía la necesidad de sacarlos.

Entre la infinidad de series que se radiaron, no faltaron los enfrentamientos con tribus de indios, en las que, al igual que

hace el cine norteamericano, deformaban la realidad histórica y finalizaban exterminando a los caciques y diezmando la tribu, en nombre de una justicia «Made in USA».

En una de las series, el autor escribe un personaje asiático (Wong) que hubimos de interpretar. Era un chino joven que le servía de cocinero a los Villalobos, el que además de la comicidad conque se expresaba, era valiente, astuto y buen tirador. Rápidamente se convirtió en un personaje temido por los enemigos, a la vez que era de la preferencia de la grey infantil.

Esto, a simple vista, no tiene importancia si no se explica que la inclusión del personaje no fue idea del autor, sino que debido a que por aquella época un crecido grupo de consumidores que se tenía en cuenta era el compuesto por las lavanderías de chinos que consumían jabón amarillo, y como Sabatés S.A., patrocinadora del espectáculo, fabricaba el jabón amarillo Llave, es la que sugiere al simpático personaje que podía asegurar sus ventas dentro de ese sector, frente a su competidor Crusellas y Cía. fabricantes del jabón Candado.

Digno de comentar es el estribillo de la presentación de los Villalobos «Tres eran tres, los tres Villalobos, tres eran tres, y ninguno era bobo».

Con el triunfo de la Revolución se fue el autor y, por inoperantes, se desintegraron sus espectáculos.

Y aunque no aparecía en el trío de sus populares personajes, Armando Couto debió de aparecer, ya que de bobo no tenía un pelo, y si no, veamos por qué.

Durante los años que sus espectáculos estuvieron en el aire, cuando se iba de vacaciones —siempre a Miami—, las series seguían produciéndose, aparentemente escritas por él. Pero no era así... Ese mes *Los tres Villalobos* se los escribía su secretario, exactamente igual pasaba con *Cazán el cazador*, en este caso lo hacía un escritor anónimo, y *El príncipe leopardo* lo asumía el compañero Alberto Luberta, que por aquel entonces trabajaba como mecanógrafo en el Circuito CMQ.

En Luberta existía un escritor en potencia, cosa que sabía Couto, aunque no lo decía, y aprovechando el poco sueldo que aquel percibía le pagaba cinco pesos por libreto, mientras que él cobraba quinientos pesos mensuales por cada uno de estos espectáculos; y como la serie escrita por Luberta gustó, esta

situación duró más de un año. No creo que exageramos si a Armando Couto se le hubiera llamado «El Corín Tellado cubano», ya que al igual que la escritora española, compraba a bajo precio y firmaba toda novela que mantuviera su estilo.

Otro ejemplo de este tipo de situación fue *La tremenda corte*, que escribía Cástor Vispo, y a quien sustituía en esta función, aunque en el anonimato, cuando su autor salía de vacaciones, Alberto Luberta.

Y citamos un último caso, donde la emisora de los hermanos Mestre participa directamente en este tipo de inmoralidad. En más de cincuenta años de radiodifusión, solamente se ha radiado una novela de una hora de continuidad. Ese espectáculo, único en su género, se llamaba *El secreto de Sotomayor*. Novela escrita no en forma episódica, y que fue propuesta a la emisora por su autora, Lucrecia Cuba Fraga, viuda de Collado, en 1957.

Pero hagamos un poquito de historia...

Cuando la novela llega a CMQ, *El secreto de Sotomayor* es una obra escrita en su totalidad y no en forma radial, sino con destino a ser publicada, y constaba de doscientas páginas. ¿Quién era la titulada escritora? ¿Qué méritos tenía dicha novela? ¿Por qué CMQ aceptó la obra?

Hay que decir que la desconocida autora era una «distinguida» dama de nuestra «alta sociedad», llamada así por los cronistas de entonces. Su nombre, como ya dijimos, era Lucrecia Cuba Fraga. Ella se hacía llamar Lucrecia Cuba viuda de Collado, cuestión ésta que era cierta, y que precisamente fue lo que le interesó a CMQ. Es decir, el hecho de ser la viuda de Ramón del Collado, el que había sido Senador de la República e importante hombre de negocios, era mérito más que suficiente.

Y para entender el por qué se acepta la novela, tenemos que decir que la autora era la dueña de la industria licorera que le dejara el marido, sita en las calles Almendares y Desagüe, ensanche de La Habana, donde se fabricaban treinta marcas de vinos y licores, veintisiete con destino al extranjero y al turismo, y tres para el consumo nacional: Ron Caney, Ron Tutankamen y Vino Seco La Cena.

Como era de suponer, y entre otras muchas razones, la novela se puso para complacer a la viuda, además de lograr que ésta continuara como anunciante de CMQ; esto era, para la

empresa, más que suficiente. Luego, no era de extrañar que en Radio Centro se tratase de complacer a aquella viuda, que llamativamente maquillada y haciéndose acompañar de su secretaria, llegaba a los predios de CMQ de M y 23 en un Cadillac último modelo, procedente de su palacete en la 5ta. Avenida de Miramar.

En principio se le ofrece comprarle la obra para adaptarla a la radio, pero ella se niega, alegando que puede hacer personalmente la adaptación.

¿Qué ideas bullían en las mentes de una y otro? Sencillamente, que el ejecutivo buscaba complacer a su anunciante, para después hacer con el argumento y con el título lo que más oportuno se considerase.

La viuda, quizás un poco aburrida del «gran mundo», quería entrar en contacto con el medio artístico. CMQ acepta que su estimada cliente proceda a hacer la adaptación radial, y sacar de inmediato la novela, aunque está consciente de que va a fracasar.

Al día siguiente nos llaman al despacho del Jefe de Programas para informarnos que habíamos sido escogidos para dirigir la novela —primera de una hora que saldría al aire—, y que hiciéramos el reparto, en el cual debían estar artistas clasificados como estelares.

Le dimos el papel de protagonista al primer actor Marcelo Agudo, al que sorprende la muerte casi al inicio de la novela. Fue sustituido por José Antonio Insua, otro desaparecido actor y veterano de nuestro medio, que fue quien la terminó.

Pero apenas iniciada la misma, las cosas ocurren tal como se pensó. La escritora vació todo su argumento en los primeros ocho capítulos, encontrándose con que ya no tenía ni sabía qué decir para los subsiguientes días de trasmisión. Y es ahí cuando aparece el compañero Fidel Escandón, después de haberse realizado inútiles contactos con varios escritores de experiencia, para que se hiciera cargo de la novela, cuyos libretos eran de treinta cuartillas, de lunes a sábado. Como era de suponer, a Escandón no se le habló de la negativa de los hombres que se llamaron para que escribieran dicho espectáculo, pero sí se le dijo que lo llamaban porque lo creían con condiciones para resolver el problema que se les presentaba.

Fidel Escandón, escritor novel por ese entonces, y, como era de suponer, necesitado económicamente, aceptó. Pero existía

una condición: tendría que seguir apareciendo el nombre de Lucrecia Cuba, viuda de Collado, como la escritora, porque ésta así lo pedía.

Dura fue la prueba del que en términos deportivos podríamos llamar «el emergente», pero su tenacidad y pericia venció un sin fin de dificultades, hasta el mes de octubre en que escribió el capítulo ciento ochenta y tres, que daba fin al programa.

La novela, mediante una comprobación que se hizo, llegó a tener audiencia, pero el éxito lo disfrutaba la viuda, a quien se le veía, los jueves, en la peluquería de El Encanto, donde escuchaba, llena de orgullo, los elogios que las empleadas le hacían de la novela.

Y cuando le preguntaban por el curso que habría de seguir la trama en los días venideros, maliciosamente decía:

—No les voy a contar nada, para que sigan interesadas. Oigánla y se enterarán.

Lo cierto era que ella misma ignoraba lo que el verdadero escritor había planeado. Así se llegó al final, sin que el nombre de Fidel Escandón apareciera jamás por ninguna parte.

Después del último capítulo, la supuesta escritora de *El secreto de Sotomayor* se consideró obligada a ofrecer una recepción a los artistas que habían participado en la interpretación de su obra. Fidel Escandón y yo guardamos la invitación, que reza de la siguiente forma:

Lucrecia Cuba, viuda de Collado.

Tiene el gusto de invitar a usted al Cock-tail Party que en honor de los Artistas que colaboraron en el «Secreto de Sotomayor» se celebrará el día 26 del corriente mes, en su residencia de Quinta Avenida.

Hora: 7 a 10 p.m.

Aunque Escandón no asistió, nosotros podemos decir que la velada fue espléndida. Allí se dio cita lo mejor de la *high life*, entre los que se encontraban el presidente y algunos vice del Circuito CMQ, brindando como era de esperar, con copas de champán y no de Ron Caney y Tutankamen, entre el ir y venir de los sirvientes, por el éxito de la anfitriona en el campo de las artes.

Esa noche, Fidel Escandón, junto a una taza de aromático café, leía en su humilde morada *Aladino y la lámpara maravillosa*.

A todo lo contado hay que agregar, que el SIGA S.A. vendió la novela a infinidad de países de la América Latina, cuyo éxito no se hizo esperar. Y es interesante destacar que el espectáculo fue dividido en espacios de media hora, es decir, que su duración fue el doble del tiempo que en nuestro país. A Lucrecia Cuba, viuda de Collado, se le pagó el veinticinco por ciento correspondiente a esta venta, sin que el compañero Escandón percibiera un solo centavo.

Hoy, a veintidós años de este hecho, nos cabe la satisfacción de saber que en la residencia de la viuda de Collado funciona el Círculo Infantil La Caperucita Roja, donde crecen felices los hijos de las madres cubanas incorporadas al trabajo, ayudando en la gran tarea de construir una patria donde no existan lobos feroces que amedrenten a las caperucitas.

EL LIBRETO

¿Existió siempre el libreto? No. La radio surge con música y palabras en medio de un mundo de estática. Disco y noticias son sus ingredientes.

Las características de su programación fueron muy parecidas en todas partes del mundo.

Las formas que se utilizaron para ponerse en contacto con el naciente radioescucha fueron, entre otras: Charlas, conferencias, recitaciones, animación, etcétera, en la mayoría de los casos improvisadas. De lo contrario, libros (se leen libros en forma seriada tal cual lo hacen los lectores de tabaquerías. Los géneros son variados; historia, poesía, ciencia, novela...), folletos, revistas y unas que otras cuartillas escritas a mano o en máquina de escribir, que impedían salirse del tema tratado, y, a la vez, se iniciaba la medida del tiempo que se iba a invertir, aproximadamente, de acuerdo con el número de cuartillas.

Conociendo el antecedente del libreto, hablemos del mismo y la evolución de su estilo en la línea dramática, al recorrer las tres etapas de nuestra radiodifusión: artesanal, comercializada y monopolista.

Narrativa infantil. Antecedentes; Libritos de cuento y uno que otro original enviado por las radioescuchas, que lee Zoila Casas ante los micrófonos de la 2LC.

Cuentos originales que cada día frente al micrófono interpreta Félix B. Cagnet para la niñez. Al igual que los cuenteros del siglo pasado, Cagnet redacta y cuenta sus primeros cuentos escritos para la radio.

Monólogos y dúos. Los escribe e interpreta Enriqueta Sierra. (A veces la intervención es con Miguel Llao.) Como ya dijimos, los firma con un seudónimo.

Radio teatro. Obras teatrales. Género español y traducciones. En muchos casos se actuaba con varios ejemplares en lugar de libreto. La obra era cortada para meterla en tiempo.

El estilo de actuación era de cierto modo teatral.

Episodios. Obras originales. Géneros policíaco y de aventura. Se comienza a interpretar con libretos hechos para la radio.⁴⁷

Chan Li Po, Pepe Cortés, Manuel García, Yayo Sandoval; Tamakún, el vengador errante, Los tres Villalobos, El príncipe leopardo, Cazán el cazador, Leonardo Moncada, Luis Dragón, conquistador del espacio.

La técnica del escritor evoluciona considerablemente.

El estilo del actor cada vez es menos teatral, para dar inicio, en ciertas y determinadas escenas, al declamatorio.

La novela radial. La introduce Luis Aragón. Obras famosas dramatizadas. Más tarde, se usan originales de corte romántico y melodramático. Después se introduce el narrador; y los escritores al conocer su utilidad, se apoyan en el mismo.

López del Rincón, después de múltiples ensayos, populariza *Por la ciudad rueda un grito*. Le siguen otros autores, con obras como: *Ave sin nido*,⁴⁸ *El collar de lágrimas, La novela del aire*

47 No consideramos los episodios de *Tarzán, el hombre mono* y *Gang Buster*, por ser libretos que venían en inglés de Norteamérica y que aquí se traducían.

En el caso de *Tarzán*, pasado algún tiempo, el escritor y poeta José Angel Buesa comenzó a escribir los originales.

48 Esta obra, escrita por Leandro Blanco no guarda ninguna relación con

y *El derecho de nacer*, que marca una etapa en la novela radial. El estilo declamatorio va desapareciendo, y da paso a una interpretación más natural.

La novela campesina. Antecedentes: *Pepe Cortés*, que inicia el autor Aramis del Real y termina el escritor Juan Domínguez Arbelo por la CMHI, de Santa Clara.

Le sigue, en febrero de 1940, por la propia Cadena Azul *Desahucio criminal*. Trata sobre desalojos y venta de productos agropecuarios con la intervención de los intermediarios.

El propio año se radia *Rincón Campesino*, con *Clavelito y La Calandria*, por la CMQ, animándolo Arturo Liendo. Éste era un programa de décimas.

En 1942, bajo la ágil pluma del periodista José Rodríguez Díaz, surge el libreto escenificado, donde los protagonistas representan una familia campesina que más tarde toma el nombre del ya mencionado *Rincón Criollo*.

A partir de 1943 sale al aire por Mil Diez el programa titulado *Geografía musical de Cuba* escrito por Honorio Muñoz. Este programa eminentemente didáctico, hablaba de sus cantos, su procedencia, su historia, sus tradiciones.

En marzo de 1946, *Por la tierra y por el guajiro* rompe lanzas en favor del campesino a través de la RHC Cadena Azul.

A partir del 6 de enero de 1947 sale por la RHC Cadena Azul *Tierra adentro*, de la escritora Dora Alonso, novela que marca una pauta en su género.

Dora Alonso estrena su obra de forma seriada, adaptada por ella, y donde queda definida la temática campesina.

La escritora Iris Dávila, en el espacio *Así es nuestra vida*, que sale al aire por la CMQ, estrena en el mes de abril de 1948 su novela provinciana *Teresa Maderal*, cuyo argumento lo desarrolla en un pueblo cerca de la capital, tal vez Güines, lugar de nacimiento de la autora.

Entre 1948 y 1949 ambas autoras se consolidan: Dora en la temática específicamente rural, e Iris en la extra capitalina. Y

la novela *Aves sin nido* de la escritora peruana Clorinda Matto de Humer, cuyo tratamiento del tema indígena la sitúa en lugar cimero dentro de la literatura hispanoamericana.

mientras Dora Alonso mantiene durante años el desenvolvimiento de sus novelas en monte adentro, Iris Dávila va desarrollando sus argumentos tanto en el campo como en la ciudad.

Como resultado de la labor realizada por estas escritoras en el manejo de la literatura radial, se generaliza el realismo, donde los personajes hablan y actúan tal cual los vemos y oímos a diario en la calle o en un centro de trabajo.

Este tipo de novela no admite ya el estilo de actuación teatral ni el declamado, y se desarrolla la escuela realista, dentro de la época en que está ubicado el personaje.

La extensa duración de algunos de los espectáculos antes mencionados fue tal, que recorrieron toda la gama de estilos interpretativos hasta la actualidad.

La novela campesina da a conocer una serie de personajes, como el guajiro montuno, cuya exagerada interpretación hace que durante muchos años —hasta el triunfo de la Revolución—, su manera de hablar se convierta en clisé. No obstante, la mayoría de los personajes se caracterizan por la naturalidad con que hablan.

Crónica roja. El suceso del día. Los artistas actúan y hablan como el personaje que protagonizó el hecho, es decir, en una forma típicamente naturalista.

Teatro Experimental del Aire. Este espacio que inicia la década del cincuenta, significó un salto cualitativo tan extraordinario, que a pesar del adelanto de la técnica, sigue teniendo vigencia en nuestros días.

EL LIBRETO Y LA EVOLUCIÓN DE SU ESTILO EN LA LÍNEA HUMORÍSTICA

Catuca y Don Jaime. Los libretos son escritos por uno de los intérpretes. Sergio Acebal, actor genérico y uno de los pioneros del teatro bufo, y *Pepe del Campo*, actor y cantante de grandes méritos, forman la pareja que inicia el género costumbrista, aunque las situaciones en la mayoría de los casos son absurdas.

Rincón Criollo. Este programa lo forma una familia campesina cuyas características, entre otras, son los personajes humorísticos.

El estilo de actuación sigue la técnica de la novela campesina.

Garrido y Piñero. El libretista Antonio Castell impone el

sainete de actualidad. Los protagonistas crean un nuevo estilo en la interpretación del negro y el gallego.

La línea que sigue la actuación es la del chiste o frase de moda que está en la calle.

La familia Pilón. Sin ser propiamente un programa humorístico, creemos marca una etapa en el desarrollo del elemento ameno, que hasta aquí se ha venido apoyando fundamentalmente en las contradicciones de la vida política del país. Es decir, que las situaciones cómicas implicaban una censura a personajes y hechos de la situación política nacional. A partir de este momento, y en la misma medida en que las emisoras se consolidan como grandes empresas, comprometidas en algún grado con el orden existente, el humorismo político resulta peligroso y va dejando lugar a uno menos comprometedor.

Sigue el realismo, sigue el costumbrismo, pero sin el apoyo del tema político.

La tremenda corte. Los libretos caricaturizan los juicios que celebraban los Juzgados Correccionales.

El estilo costumbrista toma su fuente de la novela picaresca española. Su autor, Cástor Vispo, se basa en el ingenio y la situación que se refuerzan con las morcillas del protagonista, que más que un tipo, hace alardes de su agilidad mental.

Tiburcio Santa María. Los libretos son escritos en verso. El autor Cástor Vispo, con Agustín Campos primero y después con Adolfo Otero, creador del gallego policía de los primeros años de la República, hacen del espectáculo el preferido de niños y mayores durante el tiempo que estuvo en el aire.

El estilo, mezcla de bufo y realista, lo mantuvo Otero hasta su muerte.

Mamacusa. Espectáculo cuyo personaje, una vieja ridícula, nos hace recordar a Catuca y don Jaime, aunque más actualizado. Lo interpreta el actor Luis Echegoyen.

El estilo de actuación es eminentemente realista.

El *sketch*. Libreto corto, de estilo moderno que puede o no tocar la actualidad. El número de sus personajes es limitado, aunque a veces pueden ser muchos y variados. Más que el estilo de actuación, se aprovechan específicamente las situaciones que se crean en la trama.

Es interesante observar cómo la forma de actuación, tanto en un género como en el otro, ha ido variando de acuerdo con el libreto y el desarrollo de nuevas técnicas.

LA TEMÁTICA CAMPESINA Y TRES DE SUS FORJADORES

Por estimarlo de interés para el lector, seleccionamos tres nombres cuya labor literaria es digna de tenerla en cuenta, ya que su labor como escritores radiales, entre otros, enriqueció considerablemente nuestra literatura radial desde sus comienzos. Son ellos:

Juan Domínguez Arbelo. Nace en Santa Clara el 6 de mayo de 1908. Autor dramático, periodista, prologuista, conferencista, escritor radial y locutor.

Fundó y dirigió la revista *Olimpo*, en su ciudad natal. Ganador en 1931 del primer premio en el concurso que organiza el Círculo de Bellas Artes por su obra *Humanas miserias o La tragedia guajira*. Trata sobre el desalojo campesino y fue estrenada en el propio año en el teatro Principal de la Comedia.

En 1933 escribe *Agonías conyugales, Política y Veneno social*. Su segundo premio fue *Veneno social*.

En 1937 escribe *Sombras del solar*. Aquí, Domínguez Arbelo sale del ambiente campesino para describir la promiscuidad del solar habanero. Le dan el primer premio en el Concurso que auspicia el Ministerio de Educación. Esta obra tiene seis escenarios que trabajan de forma simultánea.

Nuevamente el Círculo de Bellas Artes convoca a otro Concurso, y le corresponde el tercer premio con *El bohío de las pasiones*. De nuevo regresa a la temática campesina. Y nuevamente se aparta para escribir *El hijo mestizo*, donde trata el tema racial, que desarrolla en la Capital.

Y, por último, el drama patriótico *Ignacio Agramonte, caballero sin tacha*, en tres actos. Esta obra no se pudo estrenar porque se estimó una denuncia al gobierno de turno.

Dora Alonso. Nació en Máximo Gómez, Matanzas, el 22 de diciembre de 1910. Periodista, conferencista, cuentista, novelista, como escritora radial marcó una etapa.

Se da a conocer como cuentista, al obtener *Humildad* el primer premio en un concurso auspiciado por la revista *Bohemia*. Autora de *Tierra adentro*, que obtuvo el Premio Nacional de la Dirección de Cultura del Ministerio de Educación, en

1944. En 1947 gana el Premio Nacional «Hernández Catá» con el cuento *Negativo*.

En 1954, en el concurso extraordinario «Hernández Catá», se crea una mención especial para su cuento *Cansancio*.

En 1955 aborda la cuestión racial en *Caín* o *La hora de estar ciegos*. En 1956 lo envía al Concurso organizado por el Patronato del Teatro y se le otorga mención.

En 1959, la Dirección General de Cultura del Ministerio de Educación le otorgó el segundo premio de su concurso a *La casa de los sueños*.

En 1961 su novela *Tierra inerme* obtuvo el primer premio en el Concurso Casa de las Américas, y su libro de cuentos *Ponolani* obtuvo mención en el mismo concurso.

En 1964, publica *Aventuras de Guille*, noveleta infantil.

En 1970, *Once caballos*, cuentos.

En 1975, *El cochero azul*, cuento infantil.

Iris Dávila. Nace el 18 de mayo de 1918 en el pueblo de Güines, provincia de La Habana.

Se gradúa de doctora en Derecho Civil. Más tarde obtiene el título de periodista.

Colabora en distintas revistas. Publica trabajos literarios y periodísticos, entre ellos, algunos de índole sociológico. Su primer aporte a la radiodifusión fue la novela *Teresa Maderal*; el segundo: *La culpa de la otra*; y el tercero: *El precio de un pecado*.

Escribió también, entre otros, uno de los espacios más oídos de nuestra radio desde 1948: *Divorciadas*, cuyos protagonistas, Marta Muñiz y Luis López Puentes, fueron durante muchos años una pareja muy popular.

Iris Dávila es también la autora de una frase que con directa intención revolucionaria, aprovechó los resquicios de una mención comercial para propagar la segura victoria del Ejército Rebelde: «Hay que tener fe, que todo llega.» En boca de *Consuelito Vidal* la frase circuló de un extremo a otro de la Isla, hasta pocos días antes del 1º de enero de 1959, cuando fue mandada a suprimir por los esbirros de la tiranía.

Asimismo es autora de un trabajo sobre la novela radial como género literario, aún no publicado, el cual fue conocido por el doctor Raimundo Lazo en 1967, quien estimó que era el primer trabajo teórico sobre la literatura radial, hasta ese momento

relegada en términos generales como género literario. Aunque hayamos omitido otros escritores, creemos que son los anteriores los más representativos dentro de la novela campesina ya que los continuadores dentro de aquella etapa, se vieron precisados a seguir la línea trazada por los pioneros, aunque con el tiempo surgieran nuevas variantes.

LA TÉCNICA DE ACTUACIÓN Y SU EVOLUCIÓN

En la década del veinte los micrófonos tenían poca sensibilidad. Por tal motivo, los actores se situaban casi pegados a los mismos.

En la década del 30, dada la mayor sensibilidad de los micrófonos el actor se sitúa a un pie de distancia. Su posición es estática frente al mismo.

Se inicia la utilización de los planos primarios: primero, segundo y tercero.

Predomina el texto sobre el efecto, y la música en función dramática. Esta última, en Cuba, inicia sus primeros pasos, como ya hemos dicho.

Y en la década del cuarenta, e inicios de la del cincuenta con el *Teatro Experimental del Aire*, que sale por CMQ, en Radio Centro, que escribió y dirigió en principio Justo Rodríguez Santos, se comienza a utilizar de forma continuada y como característica del programa: el corte directo, el eco, el corte de frecuencia, la reverberación (cuyas cámaras fueron instaladas en CMQ por vez primera en Cuba), la superimposición, escenas simultáneas, el corte y edición dramáticos, etcétera.

Pasado algún tiempo, Justo Rodríguez Santos y Félix Pita Rodríguez alternan como escritores en el programa, y pasamos nosotros a dirigirlo.

Iniciamos en el mismo las técnicas del movimiento audio-es-cénico y la narra-acción simultánea.

La primera consiste en que los actores se mueven alrededor del micrófono, de acuerdo con las acciones físicas que realiza el personaje. Esto produce una gama infinita de planos sonoros, a la vez que ayuda a la incorporación del personaje, sobre todo al hablarle al interlocutor y no al micrófono.

En cuanto a la segunda, al hablar el narrador y describir la acción y los efectos, éstos no se detienen, sino que pasan de

forma simultánea a un segundo plano, tanto la voz como la música y los efectos, retornando al primero al terminar la narración.

LA MÚSICA A TRAVÉS DE LAS TRES PRIMERAS ETAPAS

En función recreativa

El ingeniero Frank Conrad fue quien en 1920 lanzó al aire el primer programa musical, por medio de discos fonográficos, en KDKA de Pittsburg. Se puede decir que este fue el nacimiento de lo que hoy llamamos «Discoteca».

Dos años después, Cuba alterna el disco y los rollos de pianolas, con la programación en vivo de solistas acompañados de piano o guitarra.

A medida que los micrófonos y la acústica del local lo permiten, se programan: dúos, tríos, cuartetos, quintetos, septetos, pequeños conjuntos orquestales; controles remotos de grandes orquestas y bandas; orquestas típicas; revistas musicales; programas cómico-musicales; grandes orquestas en estudios especiales y grabación de discos de géneros variados.

Al no existir casas grabadoras de discos, la RCA Victor grababa en los estudios de la CMQ, primero en Monte y Prado, y más tarde en Radio Centro.

En cuanto a los programas cómico-musicales, realizados en estudios con público nosotros utilizamos por primera vez en Cuba la iluminación del local con luces de colores.

Es decir, mediante la colocación de varios *spotlight* y un licolay, dejábamos a oscuras la sala teatro, y con una pizarra instalada en la cabina, manejábamos las luces de acuerdo con la «variedad», a la vez que dirigíamos el programa.

Con esto, los artistas se sentían más en ambiente y el público presente disfrutaba del espectáculo tal cual si fuera en un teatro o cabaret.

EN FUNCIÓN DRAMÁTICA Y SU EVOLUCIÓN

Ésta se utiliza solamente como presentación y despedida del programa, para identificar el espacio.

Conchita Nogara la introduce en la *Hora Múltiple*; Alejo Carpentier la pone en práctica a principios de 1933 en París. Sobre esto explica Carpentier que por esa época utilizó la música en función dramática, a iniciativa de su maestro en el arte radiofónico Paul Deharme.

Aunque en 1930 Franco M. de Oliva escribe y estrena su primera comedia escrita para nuestro medio, donde da inicio a la música en función dramática, es Carpentier quien lo hace de forma continuada, además explica la necesidad e importancia de la misma, como lo demuestra en el ejemplo de la escenificación de una noticia:

Tema de Jazz

- a. El recitante, con voz monótona: «Nueva York, 28 de julio.»
- b. El recitante prosigue, y separa las sílabas: «Se anuncia que el hombre más rico de los Estados Unidos es Mr. Andres W. Mellon.» «Mr. Andres W. Mellon, ex-secretario de Hacienda.»

Calla el jazz

- c. Con voz fuerte: «Su fortuna se cifra en 2,492 millones.» (PLATILLAZO.)
- ch. Prosigue: «Sus ingresos anuales asciendan a más de...»

Se oye el primer compás de La Internacional

- d. Sesenta millones.
- e. Platillazo y acorde final seco.

Este método, según él, aplicado por Deharme en noticias periodísticas, es el que Carpentier desarrolla y pone en práctica para toda la programación al llegar a Cuba, y el que se utiliza en la actualidad, con algunas variantes.

Juan González Gaspar le sigue, y toma como ejemplo la técnica cinematográfica en cuanto a la utilización de la música, y la adapta a nuestro medio. Luisa M. Casado, en Sabatés, y María Julia Cuní, en Crusellas, siguen la línea trazada por Carpentier.

Justo Rodríguez Santos, haciendo un alarde de técnica, suprimir toda la música, y, por primera vez, la sustituye por efectos y sonidos, en el Teatro Experimental del Aire.

Actualmente, está perfectamente definida la utilización de la música en función dramática.

Pero no se puede negar que el motor impulsor lo fue Alejo Carpentier, con su amplia visión del futuro, quien en 1933 decía: «Urge crear un arte radiofónico, una preceptiva del radio, del mismo modo que existe un arte poético y una preceptiva literaria.»

EL NEXO TEATRAL

Hemos analizado ampliamente la importancia que tienen la voz y la dicción como elementos primarios para crear en el oyente un estímulo sonoro que anime en su imaginación a un personaje radial. Pero esta característica esencial de la expresión radiofónica no significa que el artista radio-dramático pueda quedar aislado en su medio. Existen un nexo entre el arte del micrófono como expresión sonora y el arte de la escena como expresión dramática.

Ciertos fanáticos del teatro sienten un piadoso desprecio por la radio: lo consideran una forma de arte secundario y vulgar. No faltan los fanáticos radiales que pretenden vivir de espaldas al teatro, considerándolo anticuado y decadente.

Las dos posiciones parten de un mismo error, porque el arte dramático es uno solo, con sus reglas y valores básicos, que pueden manifestarse a través de diferentes modalidades de interpretación. Si lo comparamos con el arte musical, veremos que el escenario, el estudio radial o el set de cine o TV, no son más que distintos instrumentos con diferentes recursos para la ejecución.

El artista de la radio debe conocer la historia del teatro, su proceso estético y las tendencias que le han dado forma a través

de las épocas. Debe estudiar y practicar sus reglas fundamentales como base de su capacidad profesional en la radio.

El movimiento audio-escénico, por ejemplo, le permitirá imaginarse ante el micrófono la situación de los planos sonoros, para una correcta profundidad. Porque en la radio existe el movimiento audio-escénico. El oyente no lo ve, pero debe *oírlo*.

La música y la gesticulación son imprescindibles para darle a los órganos la necesaria *tensión* y los matices emotivos.

En el actual proceso de transición están presentes muchas teorías antiguas y modernas. Hay tendencias teatrales renovadoras y elementos que transitan de un medio a otro trayendo y llevando inquietudes estéticas de superación. Será, por tanto, muy conveniente que dediquemos unas páginas a revisar el proceso teatral de Cuba en la época republicana y sus nexos con la radiodifusión.

EL CICLO REPUBLICANO

Las dos últimas décadas del siglo XIX marcan pocos cambios en el panorama teatral: sólo algunos incidentes públicos por las alusiones patrióticas que lanzan desde el escenario algunos artistas criollos durante el curso de la guerra de independencia.

Pero no llega a generarse un modo teatral específicamente rebelde ni una expresión escénica de la tendencia libertadora. Nuestro teatro de fin de siglo, aún en gestación, sigue una línea costumbrista que se conforma con la anécdota y la alusión eventual.

Cuando se constituye la seudo república de 1902, la vida teatral se canaliza por dos vertientes: el género vernáculo, que adquiere forma y vitalidad en el teatro Alhambra; y el género convencional que conserva la tradición española del teatro, sacudida de vez en cuando por los intentos de algunas minorías que buscan un teatro nacional de factura «culto».

La frustración republicana se define en la propia Asamblea Constituyente, que establece una Constitución herida de ingerencismo por la Enmienda Platt. Por eso, el *choteo* se convierte en la válvula de escape con que el pueblo traicionado buscó expansión para su trágica realidad.

Como las formas teatrales responden a la tónica social de la época en que se desarrollan, el teatro Alhambra surge en aquella

república de «generales y doctores» para recoger el latido del pueblo desorientado, que todavía no ha canalizado su inconformidad. La expresa a modo de *catarsis* y se convierte en el templo del llamado «choteo criollo».

El género alhambresco conserva los tipos populares que hereda del bufo, los desarrolla y los entrega después a la radio, para continuar la línea tradicional del «gallego» y el «negrito».

Todas las figuras famosas de Alhambra serán después nombres estelares en la radio. Hay una solución de continuidad, una línea histórica de desarrollo que va desde los bufos al Alhambra, y culmina en el proceso de la radiodifusión.

Este hecho no se ha puesto en evidencia por ninguno de los teatristas que escriben y analizan nuestro proceso cultural, debido a que escriben y discuten todos sobre el pro y el contra de la historia de Alhambra, pero nadie se ha ocupado de la historia de la radio. Sobre ese olvido podemos recordar una frase: *E pur si muove*.

SIC TRANSIT GLORIA...

Si aplicamos una visión panorámica del hecho teatral, resalta esa evolución de los personajes típicos que son el eje de nuestro engranaje escénico. La decadencia del Alhambra comienza en los años 30, y el género se revitaliza en el Martí con nuevos nombres y estilos.

Con la expansión radial de 1935 se eclipsa el teatro Martí, al absorber la radiodifusión los valores vernáculos (autores e intérpretes), entre los cuales son clave del público Garrido y Piñero, pareja que se convierte en el dueto mejor pagado en la historia radial.

El primitivo gallego bufo de enormes bigotes y gestos grotescos, se fue transformando en ese proceso en «pequeño comerciante» o «encargado del solar» más vinculado a los conflictos de la cubanidad que a sus lejanas querencias de la península.

De aquel negrito «catedrático» deshaciéndose en palabrería intrascendente, irá surgiendo en el Martí el negrito que vende churros, maní o tamales, en una estampa viva de la indefensión

de su raza, o el negrito «politiquero» que ya filtra por el tamiz del choteo la protesta del pueblo contra las farsas electorales.

En su fase final, el «gallego» y el «negrito» toman una nueva dimensión social por la transformación que les da la radio. Se convierten en índices de la rebeldía política cuando Sopeira organiza aquellas divertidas campañas de Chicharito Alcalde, en una sátira que estremece con risa *oposicionista* a toda la población cubana. Y en los duros momentos de la tiranía sangrienta, de la rígida censura de prensa, cuando sólo las voces radiales rompían el forzado silencio, se acuñaba una frase que era una sentencia popular: *¡La calle está dura!*

Estos personajes de entraña popular, índices del choteo que marca el escepticismo de una época republicana frustrada, tenían que desaparecer por sí mismos. *Funcionaron* en su época.

Cuando el pueblo encontró en la realización revolucionaria un camino de lucha y una conciencia política, el choteo quedó a un lado. Nuestra actitud ha cambiado hacia formas dinámicas de la construcción socialista. El cambio operado es tan profundo y radical que se destruyen las formas arcaicas para entrar en la búsqueda de nuevas expresiones escénicas. La etapa revolucionaria creará sus propios personajes típicos tomados de la cantera viva del pueblo.

Nuestra convicción revolucionaria es ya tan vigorosa y definitiva que puede permitirnos el análisis objetivo y desapasionado de esas etapas superadas. El «gallego» y el «negrito» pueden ser estudiados con ese respeto que se da a los fósiles como índices de culturas pasadas. No importa que sus intérpretes máximos fueran incapaces de asimilar el momento histórico, ni de comprender el ocaso de un género al cual habían dado toda su vida.

No es que «se fueran»... Es que ya habían *terminado*. Y con ellos terminaba un ciclo histórico del teatro nacional.

El teatro alhambresco es un tema polémico y demasiado extenso para los límites de este libro. En su decadencia derivó a niveles pornográficos que mancharon su historia inicial; del choteo se pasó al *relajo*, clásico vocablo con que el criollo expresa el relajamiento de las estructuras morales y políticas que sostienen el andamiaje del buen humor. El choteo es una actitud. El relajo es la decadencia del gladiador que abre la guardia y entrega la pelea.

Pero hay que anotar que el género decae precisamente en los años en que los valores genuinos del Alhambra se asimilan a otros medios. Muchos de los autores y compositores de su vieja guardia habían muerto. El ocaso se produjo en manos de algunos mediocres que asaltaron su escenario para explotar con fines oportunistas una noble tradición del más puro criollismo.

Un teatro es algo más que un edificio. Desde 1900 hasta 1935, en la clásica esquina habanera de Consulado y Virtudes estuvo viviente el hecho teatral de Alhambra. Treinta y cinco años con autores, intérpretes y público quiere decir teatro. Y porque tuvo todo lo bueno y lo malo que tenemos *nosotros*, Alhambra es *nuestro* teatro.

Este teatro no muere. En la eterna transformación de las cosas, las fuerzas dinámicas de la sociedad impulsarán la espiral de nuevas formas en nuestro teatro autóctono. Pero quedarán las raíces que sostienen en la tierra al árbol de nuestra nacionalidad. Habrá que ir siempre a su fuente de origen.

NOMBRES Y FECHAS

Se debe a Eduardo Robreño un interesante estudio sobre el teatro popular cubano, del cual hemos sacado algunas importantes conclusiones.

Regino López y Adolfo Otero son los primeros *artífices* del asturiano y el gallego por los años de 1922.

Regino alcanzó la radio en sus últimos años, ya retirado del teatro. Las últimas actuaciones del veterano actor fueron unos monólogos que intercalaba en *Exclusivas Piedra*, radio-revista que presentaba la antigua CMW de la calle Prado, La Voz de las Antillas.

Otero, que entre sus muchos éxitos radiales contó a la *Tremenda Corte*, de Vispo, murió en plena actividad en la radio y la televisión, horas después de haber fallecido otro gran actor y compañero suyo del teatro: *Julito Díaz*.

Sergio Acebal, que ingresó en Alhambra en 1912, aparece como creador del personaje de *negrito* tal como quedó fijado en la tradición del género. Interpretaba varios tipos, pero su línea fue desarrollada en *El proceso de Mario Cuban*, donde hizo una creación del «abogado de color», tomando como inspiración al

antiguo negrito catedrático de la etapa colonial. Aquí nace la caricatura del negro, que lo deja en la escena cubana como personaje típico.

Es curioso anotar que también es Sergio Acebal quien da inicio al espectáculo cómico radial con *Catuca y don Jaime*, por la PWX de la Cuban Telephone Company. Otro veterano de Alhambra, *Pepe del Campo*, forma el dueto que crea al catalán. Este tipo, vigente durante la colonia, desaparece gradualmente. El hecho comprueba que sólo superviven en la escena aquellos personajes que están presentes en la realidad social. Acebal y Del Campo interpretaban varios tipos, pero todavía «el gallego» no constituía una modalidad.

No es hasta 1922, con la creación de Otero, que se forma la pareja Acebal y Otero como atracción cómica del Alhambra, donde Regino López se destacaba más en sus «borrachos callejeros».

Una característica que adoptan luego todas las parejas de gallego y negrito es la forma humorística de bailar la rumba. Se confirma por ese detalle la eterna fusión en nuestro escenario de la fuerza musical de raíz africana con la forma verbal española. Es de gran importancia ese momento del proceso.

Si en las tentativas bufas se reflejaba la música africana con cierta legítima ingenuidad, en la etapa republicana comienza a producirse una deformación: la rumba se lleva a un plano humorístico... «se chotea». Es el reflejo de una tendencia discriminatoria, que empieza a acentuarse con la ingerencia norteamericana.

NUESTRO ARTE Y EL TÍO SAM

El gobierno interventor norteamericano dictó en 1900 un Bando que prohibía absolutamente «el uso de tambores de origen africano en toda clase de reuniones públicas o privadas».

Es la penetración imperialista que viene a dividir, a romper esa unión de negros y blancos que se ha producido ya en el crisol heroico de la manigua. El yanqui ataca por donde presiente que es más fuerte la fusión cubana: la fuerza de asimilación que lleva en su música la cultura africana. La lucha que se desarrolla como consecuencia se muestra en los hechos de forma apasionante.

Como la interacción de las culturas no puede ser regulada por decretos, todo el teatro lírico republicano se impregna del tema afrocubano. Es conocida la tendencia española de centralizar el argumento teatral en personajes femeninos: España tiene un teatro de actrices... El teatro cubano se hace un teatro de *mulatas*: *María la O*, *Cecilia Valdés*, *Rosa la China*, *Amalia Batista* y *María Belén Chacón*.

Esas partituras exigen condiciones de voz y experiencia teatral, estudios musicales y otros factores de educación artística que, como hemos indicado, no estaban en los primeros tiempos al alcance del grupo social oprimido.

Las primeras cantantes que hacen papeles de mulata son la citada Elvira Meireles, Petra Moncau, Blanca Vázquez y Pilar Jiménez, que reunían belleza, voz y experiencia escénica. Más tarde, Alhambra impuso a la belleza mexicana Luz Gil, que tenía más de india que de mulata, y a *Blanquita Becerra*. Dos figuras que transitan en su juventud por la lírica alhambresca y alcanzan luego el ciclo radial como actrices de carácter.

En 1927 se acrecienta el clima revolucionario: las prédicas de Mella y el Directorio Estudiantil orientan el pensamiento nacional por nuevos rumbos.

No es casual, por tanto, que sea en 1927 cuando se rompa la barrera tradicionalista con un nuevo *hecho teatral*: Grenet, Fabre y Lecuona marcan un nuevo ciclo en el teatro Regina, cuyas puertas se abren para estrenar *Niña Rita*.

Una jovencita mestiza hace su debut y conquista al público con su genial creación del «negrito calesero». Es curiosa la transición: todavía no se deciden a poner un artista negro en el papel del calesero, pero se da el primer paso al frente cuando se le confía a una joven *parda*.

Pudiéramos decir que en aquel 1ro. de octubre de 1927, el arte cubano dio una respuesta histórica al Bando Intervencionista de 1900, con el estreno de una zarzuela.

Aquella *mulatica* se llamaba Rita Montaner y debutaba con el tango-congo titulado *Ay, Mamá Iné*. Dos nombres que recorrieron el mundo y que, para mayor ironía, ha sido una de las melodías afrocubanas que más han cantado los norteamericanos, que fueron los primeros conquistados por ella.

Resulta inexplicable que los grupos de intelectuales y teatristas que han querido aportar su esfuerzo a nuestra cultura dramática insistan en mantenerse al margen de estos hechos.

¿Cómo sería posible *comprender* nuestro teatro dando la espalda a estas realidades?

BARRERAS DEL ESCENARIO

Este elenco del Regina de 1927 confirma de nuevo la continuidad histórica entre el fenómeno teatral-radial.

Hay una generación moderna que no conoció aquel teatro de Galiano y Neptuno que fue transformado después en el Radio-Cine. Y ya hemos apuntado lo significativo de ese nombre, que se forma con las dos palabras que ahogaron la actividad teatral en La Habana de los años 30.

Sin embargo, los nombres de aquella compañía del desaparecido y fugaz teatro Regina son familiares para todos. ¿Cómo conoce a esos artistas esta generación que no vio nunca el Regina? Sencillamente: «los oyó por la radio».

Además de Rita Montaner, comienzan en esa sala María Ruiz, Caridad Suárez y *Candita* Quintana. Las dos últimas, jóvenes mestizas que rompían la tradición de aquellas «mulatas» que habían interpretado la catalana Luisa Obregón, *Conchita* Llauradó, Consuelo Novoa y Caridad Castillo.

¿Quién escribe el libreto de *Niña Rita*? En colaboración con el español Riancho, lo firma Antonio Castell, que será pronto uno de los primeros autores consagrados en la radio.

Los actores del elenco, que parecen tomados de una nómina radial, son estos: Emilio Medrano, Vicente Morín, Mario Martínez Casado, Juan José Martínez Casado, Julio Gallo y *Paco* Lara.

Entusiasmados por el éxito, forman su famoso binomio el poeta Gustavo Sánchez Galarraga y el joven pianista Ernesto Lecuona, para estrenar *El cafetal*, sobre un tema esclavista que se diluye demasiado en su tono romántico. Es en 1930 cuando abordarán definitivamente el tema racial al estrenar en el teatro Payret la obra que los consagra: *María la O*, cuyo tema se inspira en la clásica novela criolla de Cirilo Villaverde sobre la mulata de la Loma del Ángel: *Cecilia Valdés*.

Pero las barreras no se han derribado al primer golpe. En ese estreno donde va de tenor Miguel de Grandy, la mulata María la O es interpretada por una tiple valenciana: *Conchita Bañuls*.

Dos años después, el 27 de marzo de 1932, se estrena en el Martí *Cecilia Valdés* con la famosa partitura del Maestro Gonzalo Roig y un libreto que escriben Agustín Rodríguez y *Pepito* Sánchez Arcilla, en una versión teatral de la novela. Se hace un montaje extraordinario con el mejor elenco del género. Pero la contradicción se repite: la mulata Cecilia tiene por intérprete a la tiple mexicana Elisa Altamirano. De ella dijo el crítico Francisco Ichaso: «Fue mulata no por el color, sino por la música que es serlo más.»

Dos meses después del estreno se retiró la Altamirano del teatro Martí. Era una artista de facultades, una fina actriz de gran simpatía en el público, pero ni su tipo ni su acento podían encajar en el personaje más típico de nuestro costumbrismo.

El día 30 de septiembre del propio año la tiple mulata Caridad Suárez debuta entonces en el Martí para hacer la verdadera creación de la Cecilia, tanto por sus extensas facultades de voz como por su tipo físico. Adolecía, sin embargo, del fallo característico de toda esa época de transición: había cultivado el canto y la música, pero carecía de los más elementales recursos dramáticos.

Lo mismo le sucedía a la bella artista mulata Hortensia Coalla, que se presentó ocasionalmente en esa temporada y malogró su carrera dramática por no estudiar un poco más el arte teatral. Poseedora de magnífica voz y una figura atractiva, no aprendió nunca a moverse, actuar ni hablar en el escenario, dando una sensación de aficionada que defraudaba al público. Este defecto era habitual en todas las figuras líricas de la temporada del Martí, que dejaban mucho que desear en la actuación dramática.

El ciclo de las «mulatas musicales» lo completó Rodrigo Prats, cuando compuso, sobre libreto de Sánchez de Arcilla, su *María Belén Chacón*, que estrenó Rita Montaner, convertida ya en protagonista.

Una vez más se revelaba el imperativo afro-musical que vencía los prejuicios. Pero en la temática, en el diálogo, continuaba acusándose una debilidad en los nuevos artistas, que

mantenía dominante a la línea tradicional del «gallego» y el «negrito» como los personajes en los cuales se apoyaba el desarrollo hablado de las zarzuelas criollas, con las variantes personales que cada intérprete les daba a esos tipos populares.

CANDILEJAS Y MICRÓFONOS

Son muchos y variados los estilos de esos creadores cuyos nombres y éxitos se han recogido en varios libros. Casi todos, con una que otra excepción de los pioneros, dejaron las bambalinas y las diabladas para encerrarse en las paredes acondicionadas del estudio de la radio, donde el público estaba más lejos y los sueldos estaban más cerca. Se ganaba mucho más ante el micrófono. No sólo más dinero, sino también más gloria, más popularidad, al llegar a un área mucho más extensa del público. Aunque no se oían los aplausos, se percibía lo vasto del auditorio.

Después de Otero, el «gallego Mendoza» fue un sobrio actor que abrió la temporada del Martí dándole al tipo más realismo. Otro actor múltiple, Arnaldo Sevilla fue creador de muchos tipos famosos, y falleció en pleno éxito radial. Su personaje Clodomiro era atracción máxima en la Cadena Crusellas. En los días de su muerte hacía en el teatro Campoamor, con Federico Piñero, la famosa parodia del *Tenorio* de Zorrilla, sátira bufa que ofrece un verdadero duelo de gallegos. Fue sustituido en el papel de Don Luis Jutía por el «gallego Ávila», otro actor genérico de la vieja escuela cuyas morcillas o improvisaciones sembraban el terror en el escenario. Ávila, quien también murió joven, fue una figura radial conocida y un compañero apreciado como actor y animador. José Sanabria fue otro continuador, aunque abandonó el género para popularizar años después en la TV, «el viejito Chichí».

Entre los creadores del negrito se destaca Arquímedes Pous, actor y autor, que fue de los primeros «en salir al campo» con su compañía, para llevar el teatro criollo a zonas de provincias alejadas del centro cultural habanero. En sus comienzos, Pous fue el iniciador de los diálogos del «negrito y la mulata» en los entre actos de Alhambra.

Ese estilo fue seguido con éxito por el «dueto *Mimí-Colina*» como número de variedad. Era esa *Mimí Cal*, que más tarde se

uniera a Leopoldo Fernández, con Aníbal de Mar y el gallego Otero, para llenar toda una época de humorismo radial en los inolvidables libretos costumbristas de Cástor Vispo y su *Tremenda Corte*.

Ramón Espígul fue un negrito famoso con rara habilidad para silbar, que mantuvo una compañía y un repertorio de gran aceptación por el público, actuando también en los primeros programas radiados. Su hijo siguió la tradición paterna como actor de la radio y la TV.

Garrido (padre), Arredondo, *Carlitos* Pous, Galí y otros negritos populares le dieron variantes, dentro de sus creaciones personales, al tipo escénico tradicional. Todos encontraron en la radio primero, y más tarde en la televisión, modalidades de actuación que los alejaron del teatro, con excepción de Garrido (padre), fallecido antes de la era radial.

CAUSAS DE LA DECADENCIA

Ya hemos dicho que sin público no puede haber teatro. Y el público empezó a faltar de las lunetas, no porque estuviera cansado del teatro, sino por un cambio de actitud con raíces más complejas.

A todos los que han analizado el proceso teatral de la seudorepública, se les ha pasado por alto que el imperialismo estaba desarrollando sus armas de penetración cultural para cambiar los hábitos de vida de nuestro país hacia el patrón costumbrista norteamericano.

El cine fue la primera avanzada. Los teatros empezaron a sentir la competencia de un espectáculo novedoso que se podía ofrecer a un precio más bajo. Cuando se instalaron salas de cine en los barrios a precios ínfimos, era mucho más práctico ir a ver una película *cerca de casa* que trasladarse al centro de La Habana para asistir a un teatro. En las lunetas a oscuras no había que ir tan bien vestido. El teatro, con sus luces y su ambiente, reclamaba más elegancia. El cine empezó a ser mucho más cómodo y barato.

El teatro estaba urgido, para contrarrestar esa tendencia, de un repertorio ágil, de presentaciones dinámicas con cambios que lo salvaran del anquilosamiento.

La crisis económica, producto a su vez de la extorsión en que el capital yanqui encerró a nuestro desarrollo, limitó las posibilidades del resurgimiento teatral. Lo que faltó no fueron ideas ni inquietudes; faltó el dinero para aplicarlas. Y como el teatro es un hecho económico, se estancó en un molde nuestra producción teatral.

El cine, por otra parte, alteró los gustos del público. Hizo más familiar el ambiente y los tipos de Norteamérica, y alejó del hábito criollo los giros andaluces y la gracia madrileña. Todo eso era parte del programa yanqui: la quiebra de los valores tradicionales hispanos nos anexaba espiritualmente con Norteamérica.

Para contrarrestar el ataque cinematográfico se trató de combinar ambos géneros en el teatro de la Comedia, con una «tanda de cine» combinada con obras cortas en que se presentaba a Enriqueta Sierra o a Pilar Bermúdez con sus elencos. Pero los artistas del celuloide seguían desplazando a los criollos.

A muchos se les ha olvidado ya. Pero Mary Pickford, Douglas Fairbanks, Pearl White y Thomas Meigan fueron los primeros agentes de penetración del imperialismo que vinieron en latas para cerrar las taquillas de los teatros.

Manuel Rabanal construyó entonces el pequeño teatro Imperio, para tratar de salvar una temporada en crisis. Pero todo fue inútil: el teatro iba a su decadencia.

Fue entonces que intervino la radio como rival del cine, para darle un nuevo medio de vida al sector teatral cubano.

Si la película era más barata que el teatro, la radio era gratis; si el cine quedaba más cerca que el teatro, la radio venía a las casas.

La invasión masiva de películas norteamericanas venía a reforzar el célebre Bando de la Intervención que prohibía tocar los tambores africanos. Se intentaba, más tarde, hasta sustituir en nuestros oídos el español para amoldarnos a las modulaciones inglesas con las películas sonoras.

Pero los tambores siguieron sonando por la radio: frente a la rubia pálida que modulaban el suave *fox* en las pantallas, las ondas siguieron llevando al hogar criollo las melodías de *María la O* y *Rosa la China*. En los receptores estaba el danzonete de Paulina Álvarez y la suave cadencia de los danzones de Romeu.

La zarzuela, el drama, la opereta y la comedia se volcaron en las ondas recogiendo todos los valores tradicionales del teatro, mientras los veteranos del Alhambra y el Martí formaban

cuadros para desarrollar nuevas modalidades criollas en la radiodifusión.

Los teatros se quedaron vacíos. Pero el público estaba en sus casas. Y todo el sector teatral siguió viviendo en la sonora presencia de los radiorreceptores.

LA REALIDAD PRESENTE

Saquemos una conclusión práctica de toda esta revisión del teatro y el radio: hay un proceso, activado por una intensa lucha y contradicciones. Es la dinámica natural de nuestra formación como pueblo, en la que todos han tenido una parte de la razón y ninguno posee la verdad completa. Es nuestro arte que nace entre tantos criterios.

Hay que revalorizar todos estos conceptos y unificar los esfuerzos, para partir de un nuevo punto de arranque que lleve como base de unidad ideológica esta sencilla verdad: sólo hay un arte teatral. Todo lo demás son formas, variantes de expresión determinadas por estados transitorios de las relaciones socio-económicas.

Si de cada etapa separamos los errores del tránsito y tomamos los logros esenciales que pueda aportar, podemos establecer esa unidad en el arte que es imprescindible para la creación, en una etapa sostenida por la unidad política.

Entonces ya no habrá negros ni blancos. No habrá dos teatros. No se hablará de cine, teatro, radio y televisión como si fueran mundos apartados y antagónicos. Entonces habrá un solo arte unido, poniendo en los diversos caminos de la expresión toda la fuerza colectiva de la unidad ideológica consagrada a las grandes realizaciones.

Porque ahora es Cuba la que eleva su nivel de intérprete. En ese gran drama del mundo que es la historia, le ha tocado a nuestra nacionalidad un papel de protagonista. El éxito hemos de defenderlo todos juntos en una verdadera labor creadora.

RITMO NEGRO EN LA RADIO

Desde que Miguel Faílde logra «una forma mediante la cual se pudo canalizar todos los elementos sustanciales del conglome-

rado de géneros, estilos y formas que se conjuntan en la música popular y folklórica de Cuba, así como en las vivencias españolas y africanas» (Odilio Urfé) el danzón se adueña de los amantes del baile, y su difusión a través de la radio lo da a conocer fuera de Cuba.

Parece ser que le cupo el honor a la charanga con piano de ser la que inicia las transmisiones radiales, tocando el popular danzón. Ya en la década del 20, en transmisiones irregulares, aparece Antonio María Romeu tocando con su charanga en la Cuban Telephone Company. Le sigue el clarinetista José Belén Puig dirigiendo su charanga. Ya por esa época lo acompaña su hijo *Cheo* Belén Puig, muy joven aún, tocando el piano.

Además de Romeu, inolvidable *Mago de las teclas*, que popularizara el danzón, también tenemos a Tomás Corman, Gilberto Valdés, Manolo Barba, Ricardo Riverón, Eliseo Grenet, Armando Romeu, *Neno* González, Próspero Díaz, Frank Emilio, y quizás otros que escapan a la memoria.

El son que nace en Oriente y se difunde por toda Cuba con el inmortal Trío Matamoros; la época de la inolvidable Ortofónica, marca una etapa. Luego se afianza en la capital con el famoso Sexteto Habanero (*Felipe de Nery Cabrera Urrutia* fue su fundador y primer director) que dirigía Gerardo Martínez y más tarde el Sexteto Nacional de Ignacio Piñeyro, quedando fijada la modalidad negroide en las ondas, desde el inicio de las transmisiones radiales.

Al igual que el Sexteto Habanero, el Nacional, el Cuba, el Boloña, el Munamar, el Gloria Habanera, el Bolero, el Jóvenes del Cayo, el Terry, etcétera, contribuyeron a difundir a autores, compositores e intérpretes, que de no ser por el medio radial no se hubieran conocido.

Cuando surge el danzonete se crea el cantante como un elemento más dentro de las orquestas. Esta innovación del músico y compositor matancero Aniceto Díaz ha perdurado hasta la fecha.

El primer cantante que estrenó *Rompiendo la rutina*, primer danzonete que se dió a conocer, el 8 de junio de 1929, en la Sociedad Casino Español de Matanzas, fue Arturo Aguiló. Sin embargo, a partir de 1931 el danzonete encuentra su máxima expresión femenina en la voz y el ritmo de Paulina Álvarez, acompañada por la orquesta Elegante, que dirigía el flautista

Edelmiro Pérez. Durante los 10 años que duró el furor del danzonete, la radio contó con sus mejores intérpretes masculinos. Entre otros, Fernando Collazo, Abelardo Barroso, *Cheo* Marquetti, *Luisito* Valdés, *Joseíto* Núñez, Alberto Aroche, Mario Jiménez, *Vicentico* Valdés, *Miguelito* García, *Alfredo* Valdés, etcétera.

Hemos dejado para el final a *Barbarito* Diez, quien desde la década del treinta ha mantenido su estilo inalterable hasta el presente, estando su nombre estrechamente ligado a la orquesta de Antonio María Romeu.

Y entre toda esta relación de consagrados artistas, no podía faltar ese gran ídolo que fue *Pablito* Quevedo. Las orquestas que acompañaron a estas figuras fueron varias, ya que era usual oír las hoy en unas y más tarde en otras, salvo raras excepciones.

Entre las orquestas más ligadas a la radiodifusión están las de Antonio María Romeu, Armando Valdespí, Elegante, Ernesto Muñoz, *Neno* González, Gris, Cuba, Raimundo Pía, López-Barroso, Los Caciques, *Cheo* Belén Puig, Luis Carrillo, Maravilla del Siglo, Frank Emilio, Melodías del 40, José Antonio Diez, Belisario López, Maravillas de Arcaño, Aragón, Enrique Jorrín (creador del cha-cha-chá), América, Sensación, Estrellas Cubanas, Típica Moderna, con su director y creador Obdulio Morales, etcétera.

El son-afro y la rumba adquieren categoría internacional con la genial Rita Montaner, que los estiliza en París y cuyas grabaciones difunde la radio. *Chano* Pozo da sus primeros pasos cantando y tocando la tumba y se deja oír por la RHC Cadena Azul.

Años después, se convierte en un ídolo en Nueva York, donde pierde la vida en una reyerta.

Miguelito Valdés impone nuestra música en Estados Unidos de Norteamérica, después de una etapa de consagración en las ondas cubanas con la famosa orquesta Casino de la Playa, cobrando el primer sueldo de cierta envergadura que Amado Trinidad le paga a un cantante cubano.

Isolina Carrillo, pianista y compositora, con el conjunto vocal Siboney, inicia el cambio de ritmos dentro de una misma pieza. Con ello marca una pauta a todos los grupos que surgieron después, haciendo ingeniosos montajes rítmicos sobre viejas melodías tradicionales que la radio da a conocer.

Tras Rita, *La Única*, se destacan Aurora Lincheta, *Merceditas* Valdés y Celia Cruz, que desarrollan lo afro por nuevas modalidades.

El son montuno y la guajira tienen su ciclo estelar con la *Guajira guantanamera* de Joséito Fernández. Pío Leyva es otro de nuestros soneros que se ha mantenido con vigencia hasta el presente, quien además de radio trabaja en televisión.

Una vital renovación le dio el estilo del *Bárbaro del Ritmo*, Benny Moré, creador rítmico cuya desaparición en pleno éxito, sólo comparada a la de Pablo Quevedo, tanto sintió el pueblo cubano. Aún se le recuerda cantando, bailando y dirigiendo la Orquesta CMQ, en el programa de *Fiesta a las nueve*.

La guaracha moderna, entre otras, se escuchaba por la radio en las geniales extravagancias de ritmo que le dio *Cascarita*, con aquellos «cortes» que hacía sobre los arreglos orquestales de Pérez Prado, el cual los tomó del creador del mambo, el notable músico Orestes López.

Claro que no son estos los únicos, sino algunos de los más destacados. Muchos cantantes populares comparten esa gloria, entre los que merece mención especial Ignacio Villa (*Bola de Nieve*, 1913-1971) pianista, intérprete vocal y compositor. Con un estilo muy personal y un extraordinario poder expresivo, llegó a todos los públicos, no sólo de Cuba sino de todos aquellos países donde actuó. (Sus giras artísticas abarcan más de veinte países). Murió en México, cuando se disponía a emprender viaje para actuar en Perú.

La anterior relación de sextetos, y septetos orquestas y solistas, desde finales de la década del 20, y algunos hasta hoy en día, ha formado la vanguardia de nuestros ritmos de música folklórica, y en menor escala desde la década del 30, la campesina, que le salió al paso a la penetración de música foránea que nos llegaba a través de emisoras norteamericanas y una que otra hora de discos transmitida por programas que se realizaban en La Habana y el interior.

Nuestros ritmos —especialmente los bailables— llegaban a los hogares cubanos a través de la radio, donde en la década del 30, en muchos «cuartos y accesorias» se reunía la juventud que trataba de abrirse paso en medio de un régimen convulso que no le brindaba trabajo ni ningún tipo de aliciente.

Era la etapa en que los establecimientos que distribuían los radios, en su afán de venderlos a plazo, enviaban a los hogares sin costo alguno, un aparato a prueba durante una semana. Si bien es cierto que la venta se promovía, no es menor cierto que más de un santo y un cumpleaños, se celebró por todo lo alto aprovechando la oferta del momento.

Y la música cubana primó como componente esencial en la programación radial a lo largo y ancho de la Isla.

¿DE DÓNDE NOS LLEGA EL GALLEGO, EL NEGRITO Y LA MULATA?

En la raíz bufa de nuestro teatro encontramos la clave de un proceso que va a prolongarse durante todo el ciclo republicano. La presencia del gallego y el negrito como prototipos de la escena cubana no es un hecho casual.

Es que el teatro toma de la calle sus elementos y se integra con los factores esenciales del momento histórico en que surge.

De ahí el fracaso reiterado de algunas minorías intelectuales que han intentado orientar nuestro teatro aplicando estilos y tendencias traídos del exterior.

Los que pretenden darle estructura a un teatro nacional ajustándose únicamente a las fórmulas de la literatura se olvidan de lo más importante: junto a la creación literaria está el *hecho teatral*, que es un fenómeno en consonancia con el *hecho político* reflejo de una curva social determinada por los hechos económicos.

La mecánica de este engranaje no puede resolverse en las bibliotecas privadas, porque su relación de causa y efecto empieza en la calle y termina en el escenario.

En el escenario teatral ha de plantearse la dialéctica de la época, y la estructura escénica ha de adoptar, como factor costumbrista, las formas que son el reflejo imaginativo de una realidad viva que palpita en la entraña del cuerpo social: los gallegos, los negros y las mulatas.

La música «negra» legítima se va adentrando en el escenario, y en el género bufo se asoma el tango-congo y el lamento afro, con los coros y danzas rituales.

La guaracha es la característica melódica de ese teatro; pero no es el baile que hoy conocemos con ese nombre, sino una forma derivada del tradicional coro de zarzuela.⁴⁹

Lo interpretan tenor y tiple, a dúo con contralto y barítono, en una especie de controversia musical en la que puede notarse la influencia de las típicas tonadas campesinas.

Así, en el crisol escénico se van fundiendo, a fines del siglo XIX, los elementos que darán su forma definitiva a lo que luego será el género *alhambresco*: una forma melódica criolla de ancestro andaluz y una forma rítmica africana.

Como la estructura literaria que se adopta es de factura española, se requieren cantantes que conozcan el solfeo y actores que hablen bien el español, *aun cuando* se emplean expresiones criollas. Por eso es Elvira Meireles, actriz y cantante, la figura estelar de ese ciclo que crea el personaje de la «mulata» y canta las *guarachas sandungueras*.

Al igual que más adelante reafirmamos que en la radio se encontraban los artistas del teatro, ahora decimos, que del teatro nos llegaron muchos tipos que se dieron a conocer por la radio.

GALLEGOS DEL TEATRO CUBANO

Primera etapa

Regino López.

Santiago Lima.

José M. Laguna.

Eugenio Ojeda.

Piroló López.

Guillermo Hernández.

49 Según don Fernando Ortiz, la pareja del gallego y el negrito procede también del antiguo teatro español, como versión criolla de los diálogos de gallego y vasco, típicos del sainete costumbrista. Así lo expresó el ilustre investigador al autor de esta obra, en una entrevista personal que tuvo la gentileza de concedernos en su casa, el 14 de agosto de 1963, para someter a su autorizada opinión los puntos tratados en este trabajo.

Juan Mellado.
Marcelino Arean.

Segunda etapa

Fernando Mendoza.
Pancho Bas.
Adolfo Otero.
Luis Guerra.
Arnaldo Sevilla.
Juan Conde.
Rafael Leiva.
Guillermo Moreno.
Enrique Piera.
Rafael Díaz.
Roberto Gutiérrez.
Eduardo Espigul.

Tercera etapa

Federico Piñero.
Pedro Castany.
José Sanabria.
Andrés Rubio.
Felipe Rivera.
Luis Ávila.
Federico Landeiro.
Félix Gutiérrez.
Mario Hernández.

Cuarta etapa

Cheo Llorens.
Sindo Triana.
Jesús Blanco.
Mario Santa Cruz.
Luis Cabeiro.
Américo Castellanos.
Fernando García.
Humberto Sauri.

Manuel Sarduy.
Feliciano Salas.
Manolín Álvarez.

NEGRITOS DEL TEATRO CUBANO

Mientras no se demuestre lo contrario, es Francisco Covarrubias el primero.

A partir de él existen otros, entre los que se destacan Bartolomé Jose Crespo Borbón, *Creto Gangá*, escritor y creador del negro bozal en el teatro.

Primeros actores del siglo XIX, en su mayoría blancos, que se pintaron la cara para salir a escena.

Juan Mellado.
Benito Simancas.
Carlos Llorente.
Miguel Ángel Ituarte.
Raúl del Monte.
Miguel Salas.

A principios del siglo XX

Francisco Soto.
Ramón Espígul (El rey del chiflido)
Rafael Leiva.
Alfonso Rogelini.
Alberto Garrido.
Antonio Ramos.
Sergio Acebal.
Rafael de Arango.
José Pardiñas.
Fernando Balloqui (*Baby*).
Arquímedes Pous.
Arturo Feliú. (También interpretaba chinos.)

Tercera etapa

Manuel Colina.
Alberto Hernández.
Paquito Rodríguez.

Tata Corella.
Julio Gallo.
Alberto González (*El Criollito*).
Zacarías Hernández.
Miguel Pérez (*Mexicano*).
Roberto Gutiérrez (*Bolito*).

Cuarta etapa

Leopoldo Fernández (*Pototo*).
Francisco Landa.
Enrique Codina.
Tony Santovenia.
Rafael Chávez.
Carlos Pous.
Roberto Rionda.
Eddy López.
Alberto Garrido (hijo).
Francisco Abreus (*Happy*).
Ramón Espígul (hijo).
Enrique Arredondo.
El negrito Silva (Cantante y bailarín).

Quinta etapa

Emilio Barrios (*Candela.*)
Mario Galí.
Miguel Zúñiga.
Armando Sánchez.
Tuto Padilla.
José de la Hoz.
Armando Renova (*Tanagra.*)
Julito Rey.
Miguel Govín.
Juanito Borrás. (*El Negrito de la Cara Blanca.*)
Cecilio García.
José Gasulla.
Rafael Díaz.
Perucho Irigoyen.
Eduardo Moguilla (*Pirulí*).

Rogelio Arias (*Pitirri*).
Giovani.
Pipo de Armas (Eventual).
Luis V. Conde.

MULATAS DEL TEATRO CUBANO

Pilar Jiménez.
Blanca Becerra.
Elvira Meireles.
Petra Moncau.
Blanca Vázquez.
Inés María Hernández (*Chelito Criolla*).
Margot Rodríguez.
Mimí Cal.
Candita Quintana.
Zoila Pérez.
Caridad Marquetti.
Susana Saínez.
Nancy Tellechea.
Digna Zapata.
Yolanda González.
Angelita Martínez.
Hortensia Quintana.
Blanca Sánchez.
Cuca Lozano.
Conchita Llauradó.
Cuca de la Portilla.
Elba Valladares.
Etelvina Pérez.
María Sánchez.
Luisa Obregón.
Consuelo Novoa.
Luz Gil.
Regia Vera.
Sandra Haydée.
Lina Frutos.
Lupe Suárez.
Lola Mallorga.

Marina González.
Alba Imperio.
Natalia Herrera.
Conchita García (Jazmín).
Isis de Mendoza.
Bertina Acevedo.
Hilda Saavedra.⁵⁰

En cuanto al personaje de la «Mulata», es interesante destacar que desde el siglo pasado la mitad de sus intérpretes lo eran en la realidad y la otra mitad, aunque eran blancas e inclusive las hubo españolas, tampoco se pintaron. Quizás fue la peluca el detalle que en algunos casos se hizo resaltar.

Para estos papeles, como ya dijimos, se utilizó mucho la tiple cómica, ya que era imprescindible que cantara y bailara. Cuando la crisis del teatro hizo que ambos personajes —mulata y negrito— pasaran a la radio, que los acogió, tanto uno como el otro se apoyaron en la forma de decir. Con la desaparición del baile y su característica al andar, los tipos se fueron mixtificando.

De la mulata sandunguera que acompañaba la gracia al hablar con gestos zalameros, se pasó a la «chusma» zafia y alardosa. Ya la característica no era el color, podía ser mulata o no, su forma chabacana de hablar la convirtió en un tipo que dejaba de ser teatral para convertirse en radial. Era un tipo para oír, no para ver.

En cuanto al «negrito», al adaptarlo al nuevo medio, con los años, sus posibilidades para sobrevivir fueron disminuyendo. Quedaron unos pocos cuya comicidad no dependía del color de la piel ni de su habilidad para bailar. Es decir, el radioyente se acostumbró a oírlos y a verlos actuar ante el micrófono sin los atributos que acentuaban la raza, siempre y cuando al hablar denunciaran su descendencia étnica y medio social.

Ejemplos:

50 Referente a Hilda Saavedra, Bertina y Natalia, desde hace años ocupan un lugar destacado en nuestra radio y televisión como primeras figuras en el género dramático.

<i>Se ñamaba</i>	por se llamaba. (lengua bozal).
<i>Muñato</i>	por boniato.
<i>No puee sel</i>	por no puede ser.

Es interesante observar cómo en la relación del negro, el gallego y la mulata, van apareciendo los nombres que inician estos personajes en la radio.

Es a partir de la última etapa cuando artistas genéricos que se desarrollan en nuestro sector incluyen esos personajes a medida que desaparecen los pioneros.

En cuanto a las *gallegas*, fue Alicia Rico quien realizó la labor más fecunda a través de las ondas, aunque sin dejar de actuar en el teatro.

Estos personajes, como ya dijimos, han ido desapareciendo en la actualidad, ya que su objetivo en la forma que se desarrollaron, ha quedado ubicado dentro de pasadas etapas.

Sin embargo, hay un estilo que se mantiene con Luis Carbo-nell. Aunque pianista y profesor de solfeo, no fue el género musical lo que lo hace popular. Son sus recitaciones costum-bristas lo que lo convierten en único en su género.

CHICHARITO Y SOPEIRA

El negro y el gallego

En 1932 Antonio Castell, veterano escritor de nuestro teatro, escribió unos libretos de diez minutos de duración para que fueran interpretados por Enrique Arredondo (Chicharito), Federico Piñero (Sopeira), Mercedes Otero (Asunción) y Pancho Bas (Belisario), en un espacio radial llamado *Piñero-Bas*, por la CMCG del Hotel Palace.

Además de formar el dúo de *Chicharito y Sopeira*, Arredon-do interpreta —alternando con el personaje de Chicharito—, otro no menos popular que se llamaba Viruta, junto a Restituto, otro tipo que personificaba Piñero. Este espectáculo duró hasta 1937. Es a partir de esta etapa que el negro, el gallego y la mulata se imponen como personajes radiales.

Después de Acebal, Arredondo da el impulso decisivo en nuestras ondas a un personaje que ya había marcado pautas en los escenarios habaneros.

La colaboración de Antonio Castell como libretista fue de una gran importancia. La actualidad de su contenido, y el dominio de la sátira por sus personajes, fueron una constante en sus libretos.

Cuando Arredondo forma su compañía de teatro, abandona la radio, y da paso a Alberto Garrido que es quien continuó interpretando el Chicharito.

Es interesante anotar que en plena popularidad del personaje personificado por Enrique Arredondo, éste ganaba treinta pesos al mes, por trabajar de lunes a sábado. (Claro, ya explicamos en otro capítulo del libro, que en esa época un traje de dril Taylor costaba doce pesos.)

Arredondo (nace el 2 de abril de 1906), nos dice haber empezado como profesional en el teatro en 1927, pero sabemos que desde 1925 ya está actuando, aunque sin renunciar a su plaza de operario en una fábrica de zapatos.

Al inaugurarse la RHC Cadena Azul, Amado Trinidad le pone en la mano un cheque en blanco para que acepte el ser exclusivo de la emisora... y Arredondo lo rechaza. Prefiere mantenerse al frente de su compañía y recorrer la Isla.

Arredondo —trabajador cincuentenario de la radiodifusión—, de ejemplar trayectoria artística, y aún en la actualidad uno de los artistas más populares de Cuba, jamás participó de los elevados sueldos que se pagaron a muchos, carentes de calidad o mérito alguno.

EL «CASO» AMADOR DOMÍNGUEZ

Era modesto y sencillo, le gustaban los libros. Ese tipo de hombre humilde que llega a la edad adulta y se da cuenta de todo lo que le ha faltado en su juventud. Para recuperarlo, en una discusión con el tiempo, leía y estudiaba constantemente; pero no pudo dominar a plenitud el mecanismo de su fonética. Amador sabía más, tenía más cultura que muchos artistas; pero en CMQ hacía modestos papeles de negro en los programas radiales.

Un día un *jefe* le preguntó en la cafetería de Radio Centro:

—¿Para qué estudias tantos libros?

—Es que quiero superarme... —respondió él modestamente.

—¡Bah! El día que aprendas a hablar como blanco no te van a llamar para ningún programa y te quedarás sin trabajo. ¡Tu negocio es seguir hablando como negro!

Lo cruel de la anécdota es que era un consejo «sincero». Era la dolorosa verdad de aquella época.

Sin embargo, Amador Domínguez seguía estudiando para llegar a ser un actor con personalidad, y llegó a triunfar en un medio aún más segregacionista: la pantalla de televisión.

Con su creación del personaje Bartolo demostró cómo un buen cómico puede llegar al público; al construir hábilmente un tipo psicológico nuevo, un carácter que respondía a nuestra realidad típica; logró imponerse al lado de las dos figuras máximas del género —Garrido y Piñero—, en difíciles condiciones de rivalidad profesional sobre las barreras que limitaban a su raza en la etapa comercial.

Pero Amador no imitó a nadie, no copió. El impulso creativo se impone sobre todas las limitaciones y él fue un artista de su personaje, extraído de su propio dolor de hombre humilde y culto. Porque Bartolo tenía mucho de Amador en aquella dramática frase que tanto hizo reír. «La educación es lo más bonito que hay en la vida.»

Su negocio fue «hablar» como negro... Y se quedó en la historia del arte criollo como uno de los *negritos* que no era *pintado*.

LA CRÍTICA EN LA RADIO

Se ha discutido y polemizado mucho sobre el pro y el contra de la función del crítico de arte. En lo que representa de análisis y observación, para señalar errores y sugerir una superación, la crítica es, sin duda, un estímulo imprescindible en toda creación humana.

Hay, no obstante, una diferencia apreciable entre esa acción orientadora, que llega como un reflejo de las condiciones objetivas del medio artístico, y la actitud personal de aquellos que hacen un oficio la tarea de criticar. En la radio, además, se

cuenta con el comentarista, que sin asumir la misma responsabilidad, ejerce y reclama la autoridad de un crítico.

Parece lógico suponer que tal autoridad dimana del conocimiento. Es el dominio y comprensión de las reglas que se aplican a un arte determinado, lo que autoriza a hacer una crítica de aquellos que lo practican.

De ahí que el problema, en la radiodifusión, sea la carencia de reglas específicas. No existen normas definitivamente establecidas sobre la estética del arte radial.

La fuente de todos los conflictos de orden artístico se encuentra en este punto. Falta un centro de estudios, una escuela o *conservatorio* (con la adecuada organización), en donde puedan ser definidas las prácticas radiofónicas, y se valore de una vez lo que es bueno o malo en el espectáculo sonoro. Mientras la cuestión radial esté sujeta a las apreciaciones personales, no tendremos un verdadero arte radial.

De ahí que los que pretenden hacer crítica de radio, al no contar con un canon, se guíen por una discutible «ley de buen gusto», o apliquen normas deducidas de artes afines: la literatura, la dramaturgia o la música. Con bastante frecuencia se juzgan espectáculos radiales aplicando criterios de teatro o de cinematografía, artes que, aunque poseen un conjunto de reglas equivalentes, no deben mezclarse. Cada expresión posee sus propios valores estéticos.

Es la falta de definición de esos valores, la falta de un método para establecer las normas de trabajo, lo que hace a la radiodifusión un medio en constante crisis de valores.

Faltos de una base teórica, los comentaristas y críticos se dejaron arrastrar por la corriente, y en la ola de improvisaciones, siguieron las alternativas de cada etapa, hasta terminar arrastrados por el vértigo del monopolio radial.

COMIENZOS DE LA CRÍTICA

Ya hemos señalado que, al surgir la radiodifusión, la prensa, considerándola un peligroso rival en cuanto a los ingresos por anuncios, no se interesó en divulgar sus actividades.

Al expandirse la etapa comercial, la variada programación de las emisoras demandó una prensa especializada. Y surgieron

las dos *revistas de radio* que, en forma modesta, trataron de llenar esa necesidad del medio en desarrollo. Ellas fueron: *Radio Guía* y *Radiomanía*.

Lo mismo que las primeras radioemisoras, estas primeras publicaciones surgen modestamente. Sus editores no contaban con capital, y realizaban un gran esfuerzo personal.

Ellos mismos redactan, corrigen y emplanan; recorren las estaciones, obtienen datos y entrevistan a artistas. Visitan casas comerciales en busca de anuncios, y hasta se encargan de la distribución, llevando los ejemplares a los puestos de venta, en un automóvil de alquiler. A veces la *salida* se demora: ¡no hay dinero para pagar la imprenta!

Al fin se crea un sistema estable. Un librero de la calle O'Reilly, Madiedo, toma a su cargo la distribución de las nuevas publicaciones: *Radiomanía* y *Radio Guía*. Para asegurar la salida fija, este distribuidor anticipa el dinero de la edición, que descuenta después de la venta. Al sistema se añade el pequeño formato de *Guión*, tercer intento editorial que incluye notas de cine y radio, con la *letra* de las canciones que más se escuchan. Este primer cancionero lo lanza un joven actor de la radio: Luis Pons Vila, que con las sílabas de su nombra forma la sigla *Lupovi*.

La aceptación del público es tanta, que en menos de un año la Casa Madiedo está distribuyendo más de diez revistas y una veintena de cancioneros, con circulación continental.

Hay un hecho significativo: estas publicaciones iniciales se editan con un claro concepto de servir a los oyentes. En sus paginas hay información útil: listas de emisoras, datos sobre programaciones, notas biográficas y algunas fotografías.

Radio Guía, editada por Rogelio Guinea y Rafael de la Paz, realizó una innovación importante: la tabla mensual de días, horas y programas de la radio. Mediante esa sección, en cualquier momento el lector podía saber qué programa se estaba ofreciendo (según el día y hora), en cualquiera de las emisoras de La Habana. La revista informaba también, como útil «guía del radio», los kilociclos, el teléfonos de cada emisora (para hacer peticiones), y la dirección de los estudios. Era un valioso servicio, que cada mes era cuidadosamente revisado para informar de todos los títulos de programas y cambios de horarios.

Radiomanía, que comenzó dando más interés a la parte técnica, y era enviada a todos los «radio-mecánicos», pronto incluyó secciones dedicadas a los artistas y programas.

Surgió entonces un error de importancia: en una sección de *Radio Guía*, redactada por su propio director, Guinea, comenzaron a publicarse unas notas pequeñas: «Chismes de Radio». Intimidades y referencias de orden privado, sobre la vida de los elementos radiales, aparecieron en la revista, formando un gran revuelo en el sector, tan adicto a este tipo de murmuración. Esto dio lugar a que *Radiomanía* incluyese también dos planas con «Chismes de Radio». Con esto, el interés del lector se desviaba de las cuestiones meramente técnicas o artísticas, para entrar en la vida íntima de los ídolos radiales. Esto abrió el camino a un nuevo estilo de crónica radial, que resultó altamente nocivo y contraproducente. El segundo error fue que, mediante una iguala, se convirtieron en el órgano oficial del que mejor pagaba. Y al igual que la prensa reaccionaria, servía a los intereses del monopolio radial.

EL CICLO DEL CHISME

Surgió en casi todos los periódicos una «Columna», en la cual un redactor anónimo (generalmente con un pseudónimo), daba a la publicidad incidentes privados de los artistas. Rumores recogidos en los pasillos de emisoras (a veces lanzados por la mala fe de algún rival del artista), y en muchos casos, una simple invención del «periodista».

El nivel mental de esos primeros «recogedores de chismes» era tan inferior, que algunos hasta creían hacerle un favor al artista publicando «chismes» de su vida íntima, porque «eso les daba popularidad».

Los periódicos, que habían visto con marcada indiferencia los aspectos técnicos y artísticos de la radiodifusión, con una inusitada condescendencia cedieron espacio a estos desconocidos «cronistas» que divulgaban las intimidades del medio.

Contra la protesta y el disgusto de los elementos más serios y responsables, no faltaron algunos *ídolos* que acogieron con entusiasmo la nueva modalidad.

Algunos galanes, cancioneros y locutores, en vez de basar su carrera en el estudio y la superación profesional, lo confiaban

todo a la condición circunstancial de «ser bellos». Y se sentían, naturalmente, complacidos y orgullosos al verse reflejados continuamente en los «chismes de la prensa».

Un sector femenino de la radioaudiencia, suele ser proclive, en la sociedad de consumo, a devenir fácil presa de desequilibrios emocionales. Desde las pepillas adolescentes hasta las otoñales, la subordinación de la mujer en dicho contexto familiar y social es también objeto de explotación por los hombres que tienen en sus manos el control y manejo de este medio.

Sobre la histeria de esos grupos se levantó un pedestal de «popularidad» para colocar, como ídolos de barro, a los tenorios del micrófono.

Se habían filtrado también en las emisoras, ocupando los niveles espectaculares, algunas damas cuya posición estelar no dependía tanto de su talento como de sus relaciones con personajes influyentes. Para este tipo de «mujer fatal» era muy conveniente la idea de que la prensa divulgase su activa labor personal en el terreno de la seducción. Con una relativa discreción, y sin publicar nombres propios, los comentaristas se encargaban de darle gran publicidad a estas «bellezas de la radio», cuyo oficio no era de artista precisamente.

De aquí surgió la costumbre, entre los elementos de la política y las figuras de aquellos gobiernos de la democracia *representativa*, de invitar a los ídolos de la radio a sus fiestas privadas. Con frecuencia aparecían sus retratos en la prensa, en un intercambio de publicidad, donde los políticos de la vieja escuela pretendían *alternar* con artistas populares, y algunos artistas pretendían exhibir su *influencia* en los altos círculos políticos.

Se pusieron en juego las «palancas», y los magnates radiales empezaron a recibir *recaditos* de las esferas oficiales, interesándose porque se les diese «una mejor oportunidad», a elementos de su amistad. Así pasaron muchos, de una categoría mediocre a un plano estelar. No hay que olvidar que en las emisoras principales había un teléfono de línea especial, conectado directamente con el Palacio de la Presidencia.

Mientras los «comentaristas» convertían el chisme en una institución, muchos artistas serios y estudiosos, y actrices de una estricta moralidad, se quedaban relegados a planos secun-

darios, por no estar dispuestos a participar de ciertos y determinados manejos más que turbios.

Asistir a un cine o cabaret con personas allegadas; almorzar eventualmente con un compañero de trabajo, significaba el tener que soportar la publicación de un «chismecito» con las más atrevidas suposiciones e indecorosas alusiones personales, con una absoluta falta de respeto para sus vidas privadas.

ENFERMEDAD CRÓNICA

Todo el mundo radial fue sumergido en ese ambiente morboso, sin que se respetara a nadie. Cuando no había motivo, se le inventaba. La opinión pública comenzó a hacerse una imagen negativa de todo el sector radial, y ante la preponderancia de lo excéntrico, lo procaz y lo turbio, la gente empezó a olvidar que en el sector radial había también una mayoría de personas decentes, estudiosas y progresistas.

La «crónica» fue una enfermedad. Los «cronistas», una epidemia. Porque fue una característica recurrente en el proceso de nuestra radiodifusión la de creer que cualquier improvisado puede opinar y resolver en problemas radiales.

Cuando un gobierno intentaba mejoras o reformas en cualquier sector profesional, era usual contar con el asesoramiento de los propios miembros del sector, con aquellos elementos de una capacidad demostrada a través de sus ejecutorias. Pero, si se trataba de la radiodifusión, el más ignorante de los funcionarios se consideraba autorizado a tomar medidas.

Los periódicos también escogían con el mayor tacto sus críticos de arte. Para firmar una columna de crítica musical, de pintura y artes plásticas, era necesario poseer una reconocida actividad en esos medios. En las crónicas de teatro y de cine se ha exigido siempre un mínimo de conocimientos técnicos, de cultura y preparación para emitir juicios impresos.

¿Cuál fue la actitud de los directores de periódicos en relación con las llamadas «Crónicas de Radio»?

Una oscura razón de rivalidad dio cabida en todos los periódicos a cualquier indocumentado oportunista que, sin ser ni periodista ni experto en asuntos radiales, se daba a sí mismo el pomposo título de «Cronista de Radio».

Luego, con una irresponsabilidad editorial inexplicable, los periódicos empezaron a *vender* páginas completas a estos aventureros, que, dueños del espacio que imprimían, como una patente de corso, rebajaban la categoría técnica, social y moral del medio radiofónico, presentando a sus figuras como si vivieran en un caos de excentricidad. Como si fueran una ronda de titiriteros gitanos, que recorriera a través del canto los caminos del éter, en una caravana de procacidades.

Cualquier semianalfabeto podía publicar una «Crónica de Radio» en los periódicos de mayor circulación. Se daba el caso de diarios que contaban con dos columnistas en una misma plana, y mientras uno elogiaba a un artista, el otro lo atacaba despiadadamente, en una competencia de mediocridad periodística.

Esto no quiere decir que todos los que se dedicaron a comentar la radio en periódicos y revistas, estuvieran en el mismo nivel. Hubo periodistas profesionales con la capacidad y la ética suficientes para redactar interesantes crónicas y ejercer una crítica orientadora. Pero fueron las pocas excepciones que confirmaron la regla.

Además, a esos profesionales serios no se les puede perdonar la incomprensible tolerancia con que aceptaron aquel estado de cosas. Y mucho menos que admitieran, con voz y voto, en sus organismos de clase, a toda una banda de improvisados dedicados al *chantaje*, que acabaron por imponer sus métodos, por encima de la buena fe de unos pocos periodistas que intentaban ser honrados críticos del arte radial.

A diferencia de aquellos primeros editores que prestaban un servicio útil de información, los «comentaristas» no llenaban ninguna función práctica, ni para los oyentes ni para los lectores.

Los «chismes», de índole personal o morbosa, en nada podían contribuir a mejorar la radio, y sólo interesaban a un pequeño sector morbosos del público, ávido de sensacionalismos. Pero el ambiente que crearon sus promotores, y la coacción ejercida en el medio, ante el temor de ser incluidos en las *listas negras* de los comentaristas, les dio a éstos el poder de elevar o rebajar, arbitrariamente, los valores artísticos.

Dando un paso al frente, apoyados en su impunidad, los que empezaron a publicar intimidades y rumores se atribuyeron

luego una autoridad para juzgar a todo artista, espectáculo e idea nueva que se presentara en las ondas.

Sin tener el más ligero conocimiento de arte; sin saber redactar (algunos, conocidos, sin saber ni siquiera escribir, «dictaban» su crónica a un mecanógrafo), estos *críticos* ponían en las páginas de diarios importantes los ditirambos más extravagantes sobre aquellos artistas a quienes les interesaba halagar. En cambio, descargaban biliosos comentarios sobre artistas y espectáculos de reconocida categoría, cuando éstos no se ple-gaban a sus turbios intereses.

Incapacitados para juzgar artísticamente, sus «críticas» reflejaban su propia frustración, su envidia por los valores ya consagrados ante el público. De aquí nacía un constante deseo de elevar a figuras mediocres, para que luego les reconocieran y agradecieran a ellos el encumbramiento.

Por tales métodos se elevaron ellos mismos, y surgió el nuevo poder. Una extraña forma de tiranía radial: ¡la crónica!

NEGOCIO CRÓNICO

Los magnates radiales debieron frenar aquella fuerza, y tenían los medios para hacerlo. Pero, aprovechando todo impulso divisionista, en vez de destruirla, la apadrinaron, o dicho en forma más exacta: la pusieron a funcionar en beneficio de sus propios intereses.

Entonces surgieron las igualas: una cadena radial, o un gran anunciante, o alguna Agencia Publicitaria, pagaba una cantidad mensual, discretamente reservada, para asegurarse «la simpatía» del cronista hacia sus programas y artistas.

Las tarifas eran flexibles. Había el oscuro rastreador de estudios, que se conformaba con unos diez pesos al mes. Algunos llamados «periodistas profesionales» que exhibían una firma conocida y cierto aire intelectual, se cotizaban por no menos de cien pesos mensuales.

Como en la prensa existe la vieja costumbre de publicar «gacetillas» (pequeñas notas de propaganda de espectáculos), muchos cronistas radiales justificaban estos entendimientos aduciendo que el pago de la «iguala» respondía a las informaciones sobre programas, pero ello no significaba el compromiso

de elogiarlos, toda vez que, como *críticos*, ellos mantenían su *criterio* independiente.

Sin embargo, aun pasando por alto esas reservas de pudor, se daba el caso de que, en muchas de esas crónicas que presumían de independencia de juicio, aparecía, en efecto, un comentario afirmando que un programa determinado era deficiente, o que un artista cualquiera era mediocre.

Y tres pulgadas más abajo se encontraba uno con otro párrafo (esta vez el que correspondía a la «gacetilla» redactada en la propia emisora), donde se leía que aquel era el mejor programa de la actualidad, o que el artista era el mejor del mundo. Como ambos párrafos aparecían dentro de la misma columna, y formando parte de una sección completa firmada por una misma persona, era bastante difícil para el lector el descifrar cuál de los dos conceptos respondía a una verdad objetiva. Quedaba, por ello, en circunstancias muy debilitadas la famosa «independencia de criterio» que reclamaban algunos críticos *iguales*.

Por lo general, mediante el arreglo confidencial, artistas, programas y funcionarios de propaganda se aseguraban siempre en la columna periodística, los más calurosos elogios.

La exigencia y el comentario ácido, el llamado «palo» entre la farándula, recaían con más frecuencia sobre el artista independiente, que no tenía la *suerte* de ser exclusivo de algún magnate poderoso, de los que pagaban igualas a la crítica.

EL CAMINO FÁCIL

Dice un proverbio latino: *Ad astra, per aspera*. Sólo se llega a los astros por el camino más difícil. Pero la crónica radial modificó ese proverbio. Ya no era necesario seguir ese duro camino del estudio y la superación profesional, del ensayo agotador, el montaje cuidadoso, la interpretación depurada. Se podía llegar «a estrella» por una vía menos *áspera*: fotos en colores en las portadas de las revistas... Cantantes y galanes, con los ojos entornados y una ancha sonrisa de nácar; actores que lucían sus anchas espaldas y pronunciados bíceps. Esto, y una buena colección de *noticias* de prensa, diciendo que todas las mujeres se morían por ellos, era suficiente para elevar a la

categoría de «eminente primer actor» a cualquier mozalbete, a los tres meses de haber visto un micrófono por primera vez.

Si se trataba de una mujer, era más efectivo llenar la prensa con sus fotografías, luciendo la menor cantidad de ropa que fuera posible. Esta moda, que se inició en la época radial, se llevó a los extremos cuando surgieron las *modelos de televisión*.

Empezaron las fotos en traje de baño; luego se pasó al *short*, hasta llegar a la *bikini*.

Cuando ya esta rutina no asombraba a nadie, se recurrió a las fotografías interiores. Las formas se exhibían con prendas íntimas: de mucha más procacidad que el traje de baño. Sobre todo si se tomaba las fotografías desde los ángulos más deshonestos, y en las posiciones menos pudorosas que puede adoptar la mujer. Esta modalidad invadió no sólo a revistas inferiores dedicadas expresamente a explotar el ángulo sexualista, sino a publicaciones que, por su nivel editorial y su amplia circulación, estaban obligadas a observar un mayor respeto para sus lectores.

Debemos aclarar que no somos moralistas o puritanos. Pero es evidente que se llevó el problema a extremos inaceptables. Que se llegó hasta el atrofiamiento del buen gusto, pues con tal de publicar fotos *atrevidas*, se retrató a muchas mujeres cuyas formas obesas dejaban mucho que desear, dentro del concepto exigente que tiene el cubano sobre lo que es una mujer hermosa; concepto que obedece a la gran profusión de mujeres lindas que nos rodean.

Pero esa malicia fotográfica ni siquiera se planteaba cuestiones de estética en las líneas. Respondía solamente al morbo, sin tener en cuenta que, para bochorno nacional, esas revistas circulaban ampliamente en el extranjero, dando una falsa noción de nuestros hábitos, y causando enorme perjuicio al prestigio de todas las artistas cubanas, y casi podríamos decir, de todas las mujeres de nuestra tierra.

En esa competencia de morbosidad, el último grito lo dio aquel cronista de una revista famosa, que tuvo la idea de retratar a una artista vestida... ¡pero saliendo del agua!

Surgió un nuevo estilo: en un verdadero alarde de imaginación, de lo *sexy*, modelos y figuras de la farándula aparecieron fotografiadas como si hubieran caído con ropas dentro de una piscina. La ropa, de suave tela mojada y adherida al cuerpo,

revelaba los más íntimos contornos, en un grado de sensualidad que sólo puede alcanzarse en la línea de los Trópicos.

Muchas llegaron por estos caminos al estrellato, sin necesidad de tener nunca en sus manos ni el más elemental tratado de arte dramático.

Esto era parte del juego de los magnates; comercializado hasta el máximo el negocio de la radio, no debía ser el talento dramático, ni las condiciones artísticas, lo que determinara la tabla de valores. Lo que se medía y se pagaba era la fuerza de atracción, traducida en poder de venta.

Con el arribo de la TV, una modelo hermosa y ligera de ropas tenía más categoría y mejores oportunidades que una buena actriz con talento y experiencia.

Anunciantes y empresarios hallaron en la «Crónica Radial» un poderoso aliado para elevar y hundir personalidades. Cuando un artista exigía mucho, bastaba retirarle la propaganda para que sus acciones se *depreciaran* rápidamente. Si algún artista con dignidad no se sometía a la tiranía de los «cronistas», se le silenciaba; no se le mencionaba en ningún comentario, aunque actuase en la forma más brillante. Autores, directores y técnicos con criterios independientes eran condenados a «la ley del silencio».

Sometido el público a una especie de *hipnotismo* colectivo, la audiencia se dejó arrastrar por la marea de los intereses creados. Se hacían y deshacían estrellas al margen de una seria selección de los oyentes, víctimas de la desorientación.

Los numerosos enemigos de *lo radial*, encontraron en esta etapa una espléndida fuente de motivos para acusarlo de arte inferior. No sería excusa suficiente para defenderse de esos cargos, el considerar que toda la nación atravesaba una crisis de valores, que fue lo que la hizo desembocar en una Revolución. No era sólo la radio, sino toda la nación lo que andaba mal.

Pero, aun cuando muchos olviden o silencien los esfuerzos por hacer un arte legítimo y las actitudes dignas que se produjeron dentro de ese caos, la radiodifusión, en su aspecto técnico y humano, no puede evadir una autocrítica severa de sus propias debilidades de esa época.

Debemos analizarlas y tenerlas presentes, porque de lo que se trata es de construir una luminosa etapa en la transición socialista, y una sólida categoría de arte para el futuro.

EL FESTÍN DE LOS DIOSES

Los tres vértices de nuestro conocido triángulo, que formaban las Cadenas, el Anunciante y la Agencia Publicitaria, concentraron la triple fuerza de su impulso en el Festival de la Publicidad.

Acudían a este evento anual, bajo los auspicios de la Asociación de Anunciantes de Cuba (AAC), ejecutivos de la AAA, y su pariente cercana ANPP, dirigentes de la Escuela Profesional de Publicidad, filial didáctica de la AAC, magnates, artistas, técnicos, periodistas. Todas las ramas del complejo industrial de la propaganda.

Entre una cena lujosa, finos licores y el cadencioso ritmo de baile en la pista de Tropicana, se procedía a otorgar los premios anuales a los programas, artistas y anunciantes que se honraban públicamente con el discutible galardón de haber sido «los más destacados del año».

Debe reconocerse a la AAC una intención de mejorar las técnicas en todos los campos a su alcance, lograda en muchos aspectos, a pesar de sus aburguesados métodos, influidos de hábitos yanquis.

Mejoró los estilos de dibujo comercial y diseño de envases; estimuló el arte de decoración de vidrieras comerciales. La psicología experimental, investigación de mercados y métodos estadísticos, recibieron un buen impulso bajo los auspicios, en conferencias, concursos y orientaciones, de la AAC.

Pero todo ello fue realizado dentro de un clima de superficialidad donde más que una metódica acción científica, predominaban el burocratismo y las apariencias externas.

Su Escuela de Publicidad, con ambiciosos planes didácticos, jamás tuvo la más mínima seriedad académica, ni siquiera en aquellas materias de estudio que interesaban al sistema de explotación capitalista por el cual funcionaban.

Se abusaba, en todos sus actos colectivos, del aspecto meramente social, en el sentido burgués-exhibicionista. En su círculo de intereses equilibrados, había que complacer a todos los integrantes. De ahí que sus premios, otorgados por jurados que integraban los propios interesados, se convirtieran en un

sistema rotativo de diplomas, donde cada cual obtenía un premio distinto cada año.

Artistas, directores, productores y autores de espectáculos entraban en esas compensaciones, asociados con sus respectivos patrocinadores. El Festival de la Publicidad, por tanto, podía ser definido por un viejo refrán castellano: «mucho ruido y pocas nueces».

SELECCIONES ANUALES DE PRENSA

Hacia el año 1940, los directores de revistas y cancioneros intentaron formar una Asociación, que defendiera sus intereses. Surgió modestamente una Asociación de la Prensa Radial Impresa, que tenía dos objetivos principales: recabar una mayor ayuda de las emisoras, en aporte económico, y limitar, con un sentido patronal y exclusivista, la competencia que representaba la impresión de nuevas publicaciones. Es decir, la APRI aspiraba a que las emisoras *reconocieran* como prensa de radio únicamente a aquellas publicaciones que integraban esta especie de capilla privada.

Este primitivo organismo duró poco, pues fue disuelto por las pugnas internas entre los editores, principalmente por la fuerte rivalidad entre Radio-Guía y Radiomanía.

Más tarde, los llamados «cronistas de radio» (inspirados en la ARTYC, Agrupación de Redactores Teatrales y Cinematográficos), decidieron integrarse, a su vez, en un organismo.

Agrupación de la Crónica Radial Impresa (ACRI), fue el nombre de este grupo profesional, que concibió la idea de seleccionar, a fin de cada año, los mejores intérpretes y programas, en forma similar a la selección anual de las mejores películas exhibidas en Cuba que suelen hacer los críticos del sector cinematográfico.

La ACRI logró sostenerse mediante socios protectores: emisoras y anunciantes, a quienes convenía la existencia de vehículos de promoción de sus programas, contribuían con un aporte a los fondos de la asociación. Al terminar el año, los miembros de la ACRI seleccionaban «los valores radiales» y, en número reducido, entregaban a los seleccionados unos trofeos, en un almuerzo por cuyo cubierto se abonaban cinco

pesos. Los trofeos eran costeados con los fondos de la ACRI y, al principio, no pasaban de veinte los premios otorgados.

Al disminuir, gradualmente, el interés de los «protectores», los fondos se fueron haciendo cada vez más exiguos, hasta llegar a una crisis: en el último año de su existencia, la ACRI no pudo entregar trofeos anuales por carecer de fondos con que cubrir su costo.

Ya por esa época habían surgido algunos comentaristas noveles. Prácticamente en todas las revistas y periódicos de interés general se incluían secciones (*columnas*) dedicadas a comentar la radio, con reportajes, fotos y entrevistas. Era cada vez mayor el número de personas que escribían temas radiales.

Cuando estos nuevos elementos solicitaban su ingreso en la ACRI, se les negaba, con el pretexto de que «no son periodistas colegiados». (Este argumento era falso, pues dentro de la ACRI había miembros que no pertenecían al Colegio de Periodistas.)

Los rechazados organizaron, por su cuenta, otro organismo: UPRI, o Unión de la Prensa Radial Impresa. Es una institución modesta, que logra hacer su selección de fin de año (en forma independiente), entregando un pergamino a los valores seleccionados, en un sencillo cóctel de honor costeadado por los propios periodistas. Sin embargo, esta pequeña organización termina por disolverse, ante la presión que ejercen en el medio los que ya estaban organizados desde años anteriores.

Cuando surge la televisión, la ACRI decide acoplarse a los nuevos tiempos, y cambia su nombre social por el de ACRYT, es decir: Agrupación de Cronistas de Radio y Televisión. Pero, ya para ese entonces han surgido pugnas y desavenencias en su seno, lo que hace que una parte de sus componentes se separe del organismo, para fundar una nueva agrupación profesional: UCTRD.

Se reúnen en la nueva asociación los cronistas que tienen el control de las secciones de radio en los principales diarios. Debido a la variación de programas que hay en la TV, las páginas de los periódicos adquieren gran preponderancia, y de ahí que tenga gran fuerza de inmediato la Unión de la Crónica Tele-Radial Diaria (UCTRD), cuyos componentes empiezan a visualizar las posibilidades comerciales de una selección anual de valores.

A partir de todos estos cambios, los trofeos, que al principio se entregaban como un galardón, empiezan a ser costeados por

el propio artista o director que los recibe. De diez pesos en la primera ocasión, llegó a cobrarse a los premiados cien pesos por la estatuilla de calamina, réplica cubana del famoso «Oscar» de Hollywood. Para asegurar el esplendor, a cada artista premiado se le enviaba un talonario de cincuenta entradas que debía *colocar* entre sus amistades, y que, como es natural, no podían ser devueltas.

Rivalizando con el Festival de la Publicidad, los llamados «cronistas de radio» organizaron el concurso anual para elegir a «Miss Televisión» y «Mr. Televisión», postulando, a través de los diversos diarios, a las parejas artísticas de más atracción y popularidad. Los postulados movilizaban a sus amistades, formaban comités de compañeros y promovían una verdadera campaña electoral que, a fines de año, penetraba en los programas con la complacencia de emisoras y anunciantes, que veían en todo este politiquero artístico una forma más de promoción de ventas.

Anotemos algunos detalles significativos del procedimiento:

1. En su afán de obtener más ganancias, cada año se aumentaban las clasificaciones y se subdividían las especialidades, para seleccionar mayor cantidad de personas. Llegó un momento en que casi todo el que trabajaba en la radio o en la TV era «el más destacado del año» en alguna clase de actividad. A partir de entonces, el director y productor se clasificaban por separado.
2. La lista de premiados era tan extensa, y figuraban tanta gente desconocida, que el *no ser* seleccionado llegaba a constituir una verdadera originalidad, de la que podían estar orgullosos algunos artistas.
3. Las influencias jugaban dentro de las distintas selecciones. Fue bien conocido el caso de una famosa actriz que figuró perennemente en la selección anual, durante varios años, como la más destacada figura dramática, mientras mantuvo relaciones amorosas con uno de los más influyentes «cronistas». Pero, tan pronto surgió la separación entre ambos, no volvió a figurar nunca entre los seleccionados.
4. La selección de «Miss y Mr. Televisión» la hacía el público, mediante papeletas especiales para votar en el festival que se celebraba en el parque de diversiones Coney Island. Estas

papeletas eran vendidas por los artistas, y los candidatos se veían precisados a vender miles de votos para obtener el ansiado triunfo.

5. Del importe de la venta de votos, se daba al artista una comisión. Algunos la reservaban. Otros, la revertían en la compra de más votos para ganar el concurso.
6. La entrada al parque la noche del festival era otro negocio que dejaba miles de pesos a los organizadores, por la asistencia masiva de televidentes, que pagaban el derecho de asistencia, consumo y votos de última hora.
7. Dentro de esa competencia comercial, en la propia entrada se formaban discusiones, reclamaciones y riñas entre los aspirantes, por fraudes y combinaciones hechas para obtener ventajas en el escrutinio. En más de una ocasión, para bochorno de todo el sector radial, tales discusiones llegaron a extremos tan escandalosos, que fue necesaria la intervención de la policía para restablecer el orden.
8. No faltó algún «vivo» que llegara a proponer a ciertas figuras femeninas arreglos confidenciales. Existía el clásico «caballo blanco» dispuesto a comprar miles de papeletas... «si la candidata se las llevaba personalmente». Aunque tales insinuaciones fueron casi siempre rechazadas, pueden dar una idea del clima del concurso.

Además de movilizar sus simpatías entre los televidentes para que acudieran a votar por ellos, los artistas dedicaban varias semanas a la promoción del Festival. Lo anunciaban en los principales programas de televisión, y acudían a actuar gratuitamente la noche del escrutinio.

Como puede apreciarse, el tal Festival de la Selección Anual se convertía en un evento sensacional, que dejaba varios miles de pesos de utilidad para repartirse entre los afortunados «seleccionadores» en fin de año, quienes solían admitir, en las amistosas confidencias privadas, que aquel era «su aguinaldo de Navidad...»

Todo este manejo increíble fue hecho sin reservas, con pleno conocimiento en el ambiente. Eran hechos consumados.

Fueron tolerados, auspiciados y celebrados, no sólo por los dueños de las emisoras, sino por los propios periódicos y revistas, que presumían de ser «órganos de opinión».

Aunque estaba presente en el ánimo de todos que estas selecciones anuales no eran más que un ardid deshonesto para especular con el trabajo y el esfuerzo que realizaba el sector radial durante todo un año, los artistas tenían que someterse o, de lo contrario, los cronistas «los silenciaban».

Los extremos a que fue llevado este aspecto de la crítica motivó el que una parte de los componentes de la UCTD se retirara de la misma, para formar otra nueva agrupación periodística: Cronistas Asociados de Radio y TV (CARTV).

Esta última fracción realizaba otra selección anual, y sus trofeos eran entregados en una cena, en un centro nocturno lujoso, donde sólo se abonaba diez pesos por el cubierto.

Para cubrir los gastos, la organización CARTV gestionó con emisoras y anunciantes un razonable aporte económico, que consistía en adquirir un número de cubiertos para la cena de honor, que llegase a la suma total de quinientos pesos.

Pero, lo más curioso de todo esto es la posición del público en medio de tantas combinaciones, arreglos y entendimientos. El ciudadano como lector de la prensa que paga una cantidad al comprar el diario o la revista, está supuesto a recibir un servicio informativo. Tiene, pues, derecho a ser informado sobre los programas de la radio y la TV, del mismo modo que se informa sobre las películas que se exhiben, los teatros y demás actos culturales y recreativos.

El mismo ciudadano, como oyente o televidente, que ha pagado el precio de su aparato (incluyendo los impuestos), y que abona el consumo eléctrico del mismo, tiene derecho a recibir un servicio: buenos programas, buenos artistas, buen entretenimiento. Ni la prensa ni las emisoras se sentían responsables de eso.

Hubo infinidad de anécdotas con respecto a los famosos «trofeos». Algunas figuras, vinculadas profesionalmente a espectáculos importantes, se rebelaron contra el cínico proceder de las selecciones, las igualas y los objetivos tarifados de aquellos pseudoperiodistas.

Los cronistas hubieran preferido condenarlos al silencio, pero se encontraban con un inconveniente: pertenecían a los cuadros de anunciantes poderosos, que abonaban igualas de importancia a la prensa. Había que sacrificar, por tanto, la cuota incidental de fin de año, para asegurar la permanente, que se recibía todos los meses.

Así, se les concedieron trofeos a figuras que nunca fueron a recogerlos, por considerar que no tenían valor alguno. Los cronistas resolvían esos casos con una discreta diplomacia.

Otros elementos de la radio adoptaron posiciones intermedias: mantenían buenas relaciones con los cronistas, ya que en el orden personal, como es obvio, resultaban agradables personas, pero no se sometían a sus enredos especulativos.

El autor de este libro nunca le concedió importancia a las estatuillas, aunque solía tener cordial relación con «la prensa». Recordamos uno de los recursos empleados para defendernos de la *agresión* periodística, cuando apareció el modesto nombre de Oscar Luis López en la lista de «seleccionados», precisamente el año en que la *cuota* del trofeo se elevó a cien pesos (1954).

Manifestamos al cronista del diario *Avance*, encargado de recolectar los fondos, que le daríamos el dinero en la propia fiesta de la entrega de trofeos. Aquella noche, con la mayor serenidad, nos acercamos a la mesa, recogimos la estatua simbólica ante la nutrida concurrencia, dimos unas expresivas *gracias* y nos retiramos sin decir una palabra, abandonando el salón de actos. «¡Ése es más descarado que nosotros!...» —fue el comentario que hizo el cronista-cobrador, al no cumplirse la oferta de los esperados cien pesos de cuota. Todavía los está esperando.

Pero, por encima de estos rejugos cordiales con que algunos sorteábamos los obstáculos y manteníamos las posiciones, hay una realidad evidente: muchos compañeros valiosos fueron desestimados, y algunos valores legítimos, hastiados por la ola de comercialismo, se alejaron del medio.

Entre los *surveys* con *rating* pre-fabricado, y las selecciones y premios anuales, la familia radial se vio sumida en todo un sistema mecánico de valoraciones.

La crítica sólo servía para encumbrar falsos ídolos y dar a los magnates de emisoras y agencias, generosos donantes de la iguala, una interesada patente de *genialidad*.

LOS ANUARIOS

Un anuario, según el diccionario, es un libro que se publica de año en año para que sirva de guía en determinadas actividades.

De acuerdo con los testimonios existentes y lo investigado por nosotros, fue el dibujante y periodista que firmaba con el seudónimo de Hilarió G. Boudet (Hilarión González González) el primero que confeccionó un anuario de la radio cubana, en diciembre de 1939, aunque en la portada aparece 1940.

La limitadísima tirada de la publicación fue costeada por los anunciantes que aparecen en el mismo, sin que los artistas y personal del ambiente radial que se nombran tuvieran que abonar un solo centavo.

Los que después publicaron este tipo de anuario cobraban, bien el derecho a salir o bien el clisé sin la biografía, simplemente con un pie de grabado.

Instituido el *Anuario de la radio cubana*, Ramón Peón y Pedro P. Chávez, de acuerdo con las compañías cinematográficas y las casas distribuidoras, se unieron y sacaron en 1940 el *Anuario cinematográfico cubano* más tarde llamado *Anuario cinematográfico y radial cubano*. Es decir, que aunque en la portada del primero aparece después del título enmarcado. «Con los consagrados de la radio», con posterioridad ya forma parte del título original.

Este anuario fue el que más años duró su publicación (veinte años). El mismo fue de gran utilidad para los aficionados al séptimo arte, al igual que para las casas distribuidoras de accesorios y equipos para salas de teatro y cine.

Sin embargo, la sección de radio, de un reducido número de páginas, casi siempre seleccionaba a los mismos artistas.

Después del anuario de Hilarión G. Boudet, los anuarios dedicados exclusivamente a la radio, si bien es cierto que mejoraron la calidad de la presentación —papel, grabados y contenido—, los precios para poder salir en los mismos ya no estaban al alcance de toda la farándula.

Los dueños de emisoras, anunciantes, dueños de publicitarias, preferidas o preferidos de altos jefes y las «estrellas» —no siempre por su calidad—, copaban las principales planes, y, como era de suponerse, en muchas ocasiones las biografías no respondían a las cualidades de la figura, ni lo expuesto tenía veracidad.

No obstante los defectos antes apuntados, a los que se pueden añadir la ausencia premeditada de las fechas de nacimientos en la mayoría de los casos, así como múltiples errores al detallar

las emisoras donde los artistas produjeron su debut, o los años trabajados en las mismas, dichos anuarios llenaron una función informativa.

EL SONIDO DEL SPUTNIK EN UNA SERIE RADIAL

En 1957, con motivo del Sputnik —primer satélite lanzado por la URSS— Armando Couto aprovecha los adelantos que se han llevado a cabo en la conquista del cosmos, y con títulos tan sugestivos como *El misterio del planeta verde*, *Los ladrones de Uranio*, *El tirano del espacio*, escribe para CMQ radio *Luis Dragón, conquistador del espacio*, protagonizado por Enrique Santisteban.

El tema se desarrollaba en los espacios siderales. En la propaganda se hacía hincapié en los novedosos efectos electrónicos que ambientaban al programa. Por vez primera el sonido auténtico del Sputnik se escucha en un espectáculo radial.

Tan pronto salió al aire la serie, se invitó a los oyentes para que escribieran, y a vuelta de correos se le enviaría un distintivo con la nave interplanetaria de Luis Dragón.

Este detalle, acompañado —a sugerencia nuestra, que dirigiéramos el espacio—, de la utilización por vez primera en Cuba en espectáculos de este tipo, de la música concreta y electrónica, y sustituyendo los disparos de revólver y rifle por el sonido que produce una pistola de aire con noventa libras de presión, fue más que suficiente para que el espectáculo tuviera patrocinador y más tarde se vendiera, a través del SIGA S.A., en Estados Unidos de Norteamérica, Centro y Sur América.

EL PROGRAMA DE MAYOR AUDIENCIA

“CHAN LI PO”

La audiencia se considera como la mayor alcanzada hasta la actualidad en espectáculos de ese género. En La Habana, los cines tuvieron que poner amplificadores en las salas para que el público asistente oyera el episodio, y terminado éste, dar comienzo la función. A esa hora, la calle se veía desierta y

aquellas personas que tenían que salir por necesidad, a medida que caminaban, sobre todo en los barrios extremos, los acompañaba la voz monótona del detective chino que salía de cada casa a través de puertas y ventanas. En esta fecha (1937) el survey no se hacía, pero para que se tenga idea de hasta dónde fue su audiencia, copiamos a continuación una carta que habla por sí sola:

Habana, 20 de abril de 1937

Sr. Félix B. Cagnet.
Emisora del Hotel Plaza.
Ciudad.

Distinguido señor: En primer lugar, mi felicitación por su magnífica creación; el detective chino Chan Li Po. De él puedo decirle que lo he tenido como gran competidor en mi última excursión misional al pueblo del Rincón. Yo anuncié los actos de la misión para las ocho de la noche, y noté con el consiguiente estupor que no acudía nadie a la iglesia. A las nueve menos veinticinco, se llenó el templo. ¿La causa? Pues nada, que la gente estaba oyendo su Chan Li Po.

No habrá rivalidades por esta competencia, y yo le agradecería que el propio Chan Li Po anunciara a sus miles de oyentes, que el Domingo 2 de Mayo es el Día de la Colecta de la Obra de las Misiones Parroquiales. Simplemente eso; así lo oírán todo Cuba.

Queda a la recíproca, su aff.

Fdo. Hilario Chaurrondo
Delegado Diocesano.

INVESTIGACIONES DE AUDIENCIA

No se puede ignorar la base científica en que descansan las investigaciones de la opinión pública. En los últimos años, diversos investigadores de varios países han laborado en la aplicación práctica de los métodos psicológicos en el desarrollo industrial.

Las investigaciones sobre la opinión del pueblo, y los experimentos más recientes acerca de las motivaciones de la conducta, influyen en la psico-técnica (mejoras en el rendimiento del trabajo humano), y en programas educacionales para las masas.

En radiodifusión, dado lo vasto y lejano, lo disperso del medio receptor, es imprescindible contar con algún método para medir y analizar los resultados obtenidos, al difundir determinadas programaciones o mensajes. En la práctica, el medio más útil ha demostrado ser la investigación de audiencia, mediante los métodos de información y estadística que se conocen mundialmente por *survey*, palabra inglesa que significa inspeccionar, revisar, examinar, medir o estimular alguna cosa.

Este método científico de hacer de la radiodifusión un objeto ponderable, es decir, una magnitud que pueda ser medida, ha sido injustamente acusado por diversos sectores como la causa de la desproporción y la distorsión comercial de la radio.

Los que afirman tal cosa, simplemente confunden la causa con el efecto. Es cierto que el *survey* (tal como se practicaba en Cuba), fue uno de los instrumentos más eficaces utilizados por el monopolio radial para consolidar su estructura. Pero ello no se debe a una naturaleza específicamente negativa del *survey*.

El instrumento, en sí, no puede ser culpable del uso que le dieron al aplicarlo en nuestro medio. Del mismo modo que un mismo revólver sirve a una causa noble en manos del patriota que defiende una causa justa, puede ser un instrumento negativo en manos de un ladrón que lo emplea en un asalto. En los dos casos, el arma es la misma, y lo que altera el resultado son los distintos fundamentos de su aplicación.

Las primeras apreciaciones de la reacción de la audiencia se basaron, como hemos referido, en las cartas de los oyentes y las llamadas telefónicas. Hubo una época en que el teléfono se colocaba junto a la entrada del estudio, y durante toda la transmisión, el cantante favorito, el locutor de moda, o el galán romántico, atendían constantes llamadas, y sostenían largas conversaciones con las admiradoras. Se juzgaba entonces el interés que despertaban las figuras por el número de llamadas que recibían.

Tal método primitivo provocaba no pocas discusiones entre los artistas, que se impacientaban ante lo prolongado de una

conversación del colega, que mantenía «el teléfono ocupado» y les privaba de recibir su correspondiente muestra de admiración.

Cuando la amplitud de la audiencia hizo ineficaz la apreciación por medio de sus reacciones telefónicas, se buscaron métodos de más exactitud estadística. En primer lugar, había muchos oyentes que no disponían de un teléfono para llamar a la planta.

Por otra parte, la llamada personal podía estar influida por factores de otro interés, ajenos a la transmisión. Aunque algunas familias acostumbraban a llamar a las actrices para felicitarlas o comentar una dramatización, era mucho mayor la proporción de llamadas a los hombres, y era fácil comprobar que había una tendencia al *idilio* telefónico.

En cuanto a las cartas, estaban limitadas también, por las grandes zonas de oyentes no aptos para enviar correspondencia. Adolecían de otro medio artificial de promoción: la respuesta (iniciadora también del *idilio* postal), y el recurso empleado por muchos artistas de contestarlas enviando un retrato, cuya presencia en el domicilio de una oyente provocaba el deseo de recibirlo entre todas sus vecinas. Así, se recibían por los ídolos masculinos numerosas cartas personales, que si bien eran un fiel indicio de su atractivo entre el bello sexo, no podían ser consideradas como indicación exacta de su número de oyentes.

Algunos radioemisores empleaban la comprobación directa. En determinadas horas, en que CMQ radiaba programas importantes, era sabido que Miguel Gabriel recorría en automóvil distintos barrios de La Habana, y comprobaba su efectividad al oír «de casa en casa», las voces familiares de las figuras de su planta.

Esta idea fue aplicada después por otros directores de «horas de radio», que enviaban a personas de confianza a recorrer las calles en distintas zonas, y comprobar si los estaban sintonizando, gracias a la mala costumbre de poner el radio a un volumen de sonido que puede ser escuchado en todo el barrio.

Aunque esto era una forma primitiva de medir la audiencia, daba solamente resultados locales, sujetos a valores relativos: se oía mucho o poco el programa comprobado. No se contaba con una precisión estadística ni se podían expresar los resultados en términos matemáticos.

Al invertirse grandes sumas de dinero en programas de radio, la industria se vio precisada a buscar un método estadístico de comprobación, que garantizara las inversiones de propaganda.

Anotemos ese hecho importante: lo que mueve a investigar la audiencia no es un interés de superación artística, sino un problema de apreciación de mercados, de costo y rendimiento.

EL ORIGEN DEL CUESTIONARIO

A mediados del siglo XIX, con el impulso científico de la Edad Moderna, la psicología se separa de la filosofía. Los psicólogos la llevan al terreno experimental, y Guillermo Wundt, de la Universidad de Leipzig (Alemania), funda el primer laboratorio experimental de psicología, en 1875.

Bejterev y Tokarski inician trabajos similares en Rusia, y en la misma época, el gran fisiólogo ruso Iván Pavlov confirma el impulso dado a la psicología por Wundt, con sus famosos experimentos de laboratorio. En sus trabajos con perros, Pavlov y sus discípulos establecieron los mecanismos fisiológicos de las funciones psíquicas, elaborando la importante teoría de los reflejos condicionados.

La primera aplicación que se da en Rusia a los nuevos métodos psicológicos es en el campo de la pedagogía. Se estudian técnicas para superar el retraso de los niños en los primeros años escolares. Los métodos psico-pedagógicos aplicados a las causas del retraso en algunas materias permitieron descubrir muchos casos que estaban motivados por la indiferencia, o por la actitud negativa de los alumnos hacia ciertas asignaturas. Por ejemplo, la aritmética y la gramática, por su carácter abstracto.

En estos estudios, Slavina, Lipkina y otros experimentadores, emplearon la técnica de establecer conversaciones con los niños, haciéndoles preguntas preparadas de antemano. En otros experimentos, se les proponía que narrasen verbalmente el contenido de un texto, o que hicieran un dibujo para el texto.

Estas pruebas son los primeros antecedentes sobre el estudio de las *motivaciones*, y su influencia en la conducta humana. Es el inicio de la técnica de los Cuestionarios (palabra derivada del latín: *questio*, pregunta), y de los *tests* de psicología.

Alfredo Binet, director del Laboratorio Psicológico de la Sorbona, de París perfeccionó en 1904 los «test de inteligencia» aplicados en las escuelas francesas.

Un profesor de la Universidad Johns Hopkins, el psicólogo Juan Watson, introdujo las ideas de Pavlov en los Estados Unidos de Norteamérica, y en los años de la Primera Guerra Mundial, la psicología experimental comenzó a aplicarse en diversos campos de ese país.

El antecedente más remoto de que se tiene noticia sobre una investigación de mercado con fines de propaganda, se produjo en 1879, en los Estados Unidos, donde la Agencia de Anuncios N.W, Ayer & Son realizó una investigación en todo el territorio de la Unión, para determinar cuáles eran los periódicos más indicados, en los cuales pudiera anunciarse una nueva «máquina desgranadora».

Los problemas de consumo surgidos con la guerra, y la necesidad de *auscultar* a la opinión pública para orientar la propaganda belicista, determinaron un amplio desarrollo de las técnicas de investigación *psicológica*, durante la segunda Guerra Mundial, y las orientaron hacia el terreno del comercio y la política, hasta convertirse en una especialidad en los Estados Unidos de Norteamérica.

PSICOLOGÍA Y RADIODIFUSIÓN

Al organizarse las investigaciones, surgieron en los Estados Unidos de Norteamérica diversos campos orientados por diferentes sectores. El más destacado fue el Instituto Americano de Opinión Pública, que dirige el psicólogo Gallup.

Los sociólogos Robinson y Stouffer, y el profesor Link, se han especializado en organizaciones de tipo privado o gubernamental.

El doctor Paul Lazarsfeld, en la Universidad de Columbia, fundó bajo su dirección personal, una Oficina de Investigaciones de Radio, especializada en métodos psicológicos para analizar los hábitos de audiencia.

El doctor Raúl Gutiérrez, que durante muchos años había explicado la cátedra de psicología en los altos centros de enseñanza en Santiago de Cuba y La Habana, fue llamado por la Agencia Mestre de Publicidad para introducir en Cuba las técnicas experimentales de psicología aplicada a la industria y

la propaganda. Enviado a los Estados Unidos de Norteamérica —donde tomó un curso especializado con el famoso Lazarsfeld— Raúl Gutiérrez organizó en la Asociación de Anunciantes de Cuba una sección especial dedicada a mediciones de audiencia, estableciéndose un sistema privado colectivo, mediante el cual los anunciantes, aportando una cuota proporcional, sostenían los gastos de una investigación periódica permanente. Cuatro veces al año se investigaba la audiencia de todas las emisoras, y los anunciantes podían participar voluntariamente. Como principio, los datos obtenidos en el «survey» radial eran confidenciales, y sólo se suministraban a los anunciantes abonados al servicio.

Mientras se mantuvo dentro de los límites discretos de un procedimiento estadístico, el survey representó una orientación científica para mejorar las programaciones.

Al medirse la audiencia en pruebas iniciales en la capital, se comprobó fácilmente algunos espejismos que el hábito había creado, y se cambiaron muchos conceptos con respecto a lo que gustaba y no gustaba en la radio.

Pero se produjo un error desde el principio: el survey no estaba realizado por una organización independiente. No tenía la neutralidad de un organismo científico, sino que respondía a los intereses complejos de un grupo de anunciantes. Pronto, algunas firmas patrocinadoras de la prueba comenzaron a sentirse molestas con los bajos resultados de audiencia que obtenían sus programas.

El problema se hacía más agudo al considerar que los datos iban a mano de sus propios competidores, poniéndose de manifiesto las debilidades de unos y otros en el campo radial.

Siendo al mismo tiempo juez y parte, el grupo de anunciantes, en vez de aplicar con inteligencia los datos *reales* del survey, comenzaron a estudiar fórmulas de «orientar la investigación», para que se convirtiera en un método de confirmar la genialidad de sus ideas. Al agudizarse la competencia, dejó de ser un instrumento, un *termómetro*. Lo convirtieron en vehículo de promoción.

¿CÓMO SE HACE UN SURVEY?

Teóricamente, un survey es un medio de examinar la opinión de las masas, que se realiza en la práctica tomando un grupo pequeño, proporcional, al cual se identifica como una «muestra representativa».

Si dentro de ese grupo de personas se ha seleccionado previamente la proporción de edades, sexos, condiciones de vida y lugar de residencia, la muestra puede ser considerada como un *modelo a escala* de toda la masa de habitantes de una región determinada.

En consecuencia, los estados de opinión y los hábitos que se manifiesten al investigar *científicamente* el grupo, pueden estimarse como proporcionales o *equivalentes* a los de toda la población.

Por supuesto, para lograr resultados precisos hay que aplicar una serie de reglas de selección y estadísticas; elaborar los cuestionarios con preguntas cuidadosamente escogidas. Hay distintos tipos de survey: de opinión, de hábitos, de mercado o tendencias de compra... Se han desarrollado técnicas especializadas aplicando las leyes de probabilidades, los métodos estadísticos y los cálculos matemáticos, combinados con principios psicológicos, hasta crear una verdadera disciplina científica.

También es de gran importancia evitar que durante todo el procedimiento puedan filtrarse factores externos, o influencias interesadas, que fuercen los resultados hacia un punto preconcebido, desvirtuando el carácter espontáneo con que deben surgir las opiniones o los hábitos explorados.

Aunque los métodos de hacer un survey varían, y están sujetos a una complicada serie de detalles, fórmulas y reglas de procedimiento, la comprobación de radioaudiencia puede explicarse en términos corrientes, si consideramos aquellos aspectos más fundamentales del proceso.

Daremos como ejemplo el sistema empleado durante varios años por la Asociación de Anunciantes de Cuba, que sirvió de guía en nuestro país para indicar las reacciones de la radiodifusión. Estos son los puntos más usuales de un survey de audiencia:

1. Se divide el territorio en zonas, asignando a cada cual una cantidad de visitas, que realizan casa por casa, un grupo de «investigadores».

2. El número total de visitas realizadas (muestra), depende del número de habitantes y el grado de exactitud que se le quiera dar al survey. Cuanto mayor es el número de entrevistas, menor será el porcentaje de error de la prueba.
3. Durante las horas de transmisión, los investigadores recorren a pie una ruta marcada en su zona, y anotan en una planilla, casa por casa, los datos siguientes:
 - a. Si tiene radio; está encendido o apagado.
 - b. Emisora que se estaba oyendo en ese momento en los receptores que tuvieran funcionando.
 - c. Tipo de familia: número de hombres, mujeres y niños que escuchaban.
 - d. Se anotaba «la raza» y la apreciación del nivel económico, por el aspecto de muebles, ropas y comodidades. Estos factores influían como índice del «poder adquisitivo» o carácter *consumidor* del oyente.
4. Las planillas eran recopiladas en un centro de investigación, donde se procedía a clasificar y tabular los diversos datos, por el sistema IBM, de máquinas clasificadoras y contadoras.
5. Mediante cálculos y porcentajes, los datos, ordenados en tablas clasificando días, horarios, programas y emisoras, presentaban un cuadro estadístico completo del estado proporcional de la radioaudiencia.
6. Para ofrecer un índice práctico expresado en número de la proporción relativa de audiencia, a cada emisora y programa se le calculaba su factor promedio, lo cual es técnicamente identificado como «rating del survey».

¿QUÉ SIGNIFICA EL RATING?

Rating (palabra inglesa *rate* —se pronuncia *réit*— que significa tasa o proporción), no es una cantidad fija de oyentes, sino un valor promedio o índice. Una manera de expresar con números la mayor o menor proporción de audiencia que posee una emisora o

programa dados, viene a ser una relación de audiencia, calculada por el procedimiento siguiente:

1. Recorriendo y visitando las casas, se comprueba cuántos receptores están funcionando en una zona durante un período de tiempo (cuarto de hora).
2. Dentro del grupo de receptores en funcionamiento se comprueba cuántos de ellos sintonizaban a una emisora determinada.
3. Se divide el total de radios que sintonizaban esa emisora, entre el número total de casas visitadas. El resultado es el valor promedio que tendrá la audiencia de la emisora durante ese período.

Tomaremos un ejemplo para comprender mejor el proceso, y supondremos que se han visitado cincuenta casas en un barrio, donde habían cinco radios que sintonizaban una emisora, a la que llamaremos «A». En otras casas del mismo barrio se encontraron diez radios con otra, que llamaremos emisora «B». Procedemos a dividir los números de receptores entre las casas: En la emisora «A» dividimos: $5 \text{ entre } 50 = 0.1$; en la emisora «B» dividimos: $10 \text{ entre } 50 = 0.2$.

Estas cifras representan décimas, o sea, por cientos de una unidad. Podemos suponer que, de cada cien radios, habrá la misma proporción; 10 oyendo «A» y 20 oyendo «B». Tomando estos «números índices», decimos entonces: La emisora «A» tiene un rating de diez; la «B» uno de veinte.

Los números índices nos permiten apreciar mejor la relación de audiencia entre las dos emisoras, debido a que la expresión matemática es concreta.

Cuando se practican investigaciones en una ciudad como por ejemplo, en La Habana, se dice que ese índice es el rating local, para emisoras establecidas en la Capital.

Puede hacerse también una investigación en todo el territorio (survey nacional), en cuyo caso suele llamarse a los índices de provincias rating interior.

El rating promedio absoluto de una emisora sería, por tanto, su promedio entre local y el rating interior, o dicho de otro modo, la combinación de su audiencia en La Habana y en las provincias.

El nivel de rating promedio de las emisoras en Cuba, en todo el ciclo de varios años investigados por la Asociación de Anunciantes de Cuba, oscilaba entre los índices de diez a doce y durante esos años figuraban disputándose el primer lugar, el Circuito CMQ y la RHC Cadena Azul (cadenas radiales).

Cuando una emisora alcanza el rating promedio de diez, significa que, de cada cien radios, a cualquier hora, habrá diez receptores sintonizándola como promedio. En Cuba, en 1957 se estima que existen más de un millón de receptores instalados, y el diez por ciento de esa cifra sería más de cien mil receptores.

Por razones estadísticas, a cada receptor se le asigna un promedio de cinco oyentes; en consecuencia, cien mil receptores representarían más de quinientos mil oyentes promedio para esa emisora.

Los dos índices más altos medidos en Cuba hasta 1959 han sido: Félix B. Cagnet logró alcanzar 50.63%, con *El derecho de nacer*, y el programa de la hora de Eduardo Chibás, con un máximo alcanzado en una de las investigaciones que le dio cuarenta y tres puntos de rating.

Esos índices representan 2 531500 oyentes de promedio el primero y 21 50000 el segundo.

DEFORMACIÓN DEL SURVEY

Por los datos que anteceden se puede apreciar que un survey de audiencia es un instrumento útil para medir el grado de *penetración* que tienen las transmisiones. Y su tabulación permite saber cuántos hombres, mujeres y niños están sintonizándolas. Cuántos receptores están *captando*.

Se comprobó que el ochenta y nueve por ciento de los hogares cubanos tenían receptor de radio. Y el hábito de oírlo, tan arraigado en la población, representa una poderosa fuerza absorbente.

Si los programas se orientan correctamente, la radiodifusión es un poderoso vehículo de elevación cultural para las masas, y un medio eficaz, *atractivo*, de popularizar las manifestaciones culturales, haciéndolas llegar a las capas más retrasadas del medio social. Tal era el objetivo de los psicólogos y educadores que desarrollaron los métodos de investigación del medio radial.

Pero un survey es únicamente el instrumento de medición, capaz de indicar si un programa se oye *mucho* o *poco*, pero sin

determinar si es bueno o malo. El termómetro mide la fiebre, pero no aclara *por qué* tenemos fiebre. Sólo da el síntoma.

Existen otros procedimientos psicológicos para explorar la audiencia y determinar los factores de cualidad: el uso de cuestionarios, *tets* colectivos, psico-entrevistas... Hay dos ramas, clasificadas como survey cualitativo (análisis de cualidades), y survey cuantitativo (medida de la cantidad).

Todas las encuestas oficiales de la AAC se limitaron al aspecto *cuantitativo* de la audiencia, debido a que respondían a un interés comercial. Abandonando totalmente los factores educacionales y de cultura, la estadística se orientó hacia fines de venta. No se tomó al oyente como ser humano susceptible de ser mejorado: se le vio siempre como *consumidor* a quien se le podía vender algo más.

Cuando el survey empezó a revelar síntomas negativos en la audiencia (alto porcentaje de oyentes en audiciones de tipo evidentemente no recomendables, y poca audiencia en las de tipo elevado o cultural), el criterio mercantil explotó esos síntomas para estimular la audiencia.

Esta fue la primera deformación del survey: explotar los efectos, en vez de usarlo para superar las causas.

En esa relación de causa y efecto, el método fue tan absurdo como si un médico, al encontrarnos alta temperatura con el termómetro, en vez de curarnos la enfermedad se dedicara a subirnos la fiebre.

LA CUESTIÓN PSICOLÓGICA

En la medida en que el interés comercial hacía presión sobre las investigaciones de audiencia, se fue separando la acción de los psicólogos para orientar el survey exclusivamente por las directrices de los objetivos de venta.

Para comprender la disparidad de criterios entre una cuestión psicológica y una cuestión comercial, veamos un ejemplo práctico.

Supongamos que un programa de aventuras, en el que se mezclan temas morbosos o sexuales, al ser sometido a un survey de audiencia indicara que una alta proporción de niños estuviera escuchándolo habitualmente.

La medida lógica que adoptaría un psicólogo sería que dicho programa *se retire del aire*. Puesto que contiene atractivos para la

infancia, puede ocasionar serios trastornos en la mentalidad infantil. O bien, aprovechando la audiencia *ya construida*, efectuar cambios radicales en el programa, eliminando el contenido morboso y sexual, y dando una nueva orientación a las aventuras que, *sin dejar de ser atractivas* para los niños, cumplan una misión más adecuada, más acorde con las exigencias del oyente niño.

Vemos que, en cualquiera de los dos casos (suprimirlo o modificarlo), hay una medida de profilaxis social, que ha sido posible gracias al survey, que *reveló* el síntoma. *Los organizadores* del programa, que lo concibieron para una mentalidad adulta, no hubieran tenido ninguna idea del mal que podían causar de no haberse investigado la audiencia.

Aplicado en esa forma, como instrumento científico, el survey es un valioso auxiliar de la educación, por cuanto permite analizar los resultados de una transmisión.

Pero, vistos como cuestión comercial, los datos que hemos indicado se aplicarían en forma muy distinta. Lejos de retirar el programa, la confirmación de una audiencia infantil se utilizaría para buscar un *patrocinador*: el fabricante de algún producto infantil, a quien le interesaría de inmediato anunciarlo en un espacio con *rating* de niños comprobado.

Por este ejemplo vemos que la acción psicológica provocada por un survey tiende siempre a influir en la estructura del programa, la cual se ajusta y adapta a su audiencia.

En cambio, la acción comercial, sin afectar la estructura del espectáculo, influye sobre el anuncio que se le asocia, ya que considera al programa como simple *vehículo de venta*.

La AAC, en el proceso, abandonó la cuestión psicológica, y sólo puso énfasis al aspecto de *consumidor* del oyente, analizando sus clases, edades y sexos con un fin comercial.

ERRORES TÉCNICOS DEL SURVEY

Las deformaciones no se limitaron a esta cuestión de principio que hemos analizado. Pronto el survey fue convertido en una mercancía más, por los errores siguientes:

Publicación de datos

La información confidencial que el Patronato de la AAC suministraba a sus miembros (mediante una cuota de asociado), debía estimarse como índice de la reacción de audiencia que debía ser aplicado en el mejoramiento de las programaciones. En el orden técnico, eso debió ser una mecánica interna. Pero algunos anunciantes, al obtener un rating alto, no pudieron resistir la vanidad de proclamar el supuesto éxito. Nació la mala costumbre de «dar a los oyentes las gracias» por el rating alcanzado, y con ese recurso tan artificial, los animadores de cada programa informaban públicamente el resultado del survey, rompiendo su carácter privado.

Aunque la AAC se opuso al sistema, y hasta aprobó sanciones para los miembros que revelaran los datos confidenciales de la investigación, un exceso de condescendencia en los directivos, y una falsa absoluta de ética en los miembros del Patronato, consolidó la costumbre de hacer público el survey.

En diarios y revistas comenzó a publicarse la «lista de los principales programas, con sus respectivos ratings». Estos datos, sólo obtenibles del Cuaderno que confidencialmente editaba en mimeógrafo la AAC, se los entregaban a los periodistas los propios miembros del Patronato, interesados en dar a la publicidad sus resultados.

La publicación en la prensa, con los consabidos elogios, convertía el rating en un instrumento de promoción, ya que el lector, como es natural, sentía la curiosidad de sintonizar aquel programa que decían que tenía tantos oyentes.

Todo esto convertía al survey en una «carrera de caballos», donde todos competían por alcanzar el primer puesto, en una franca competencia de ratings. Eso dio motivo a que comenzara una serie de «trucos» para elevar el rating, ya que, cuando se publicaban los resultados, algunos programas llegaron al extremo de presentar audiciones extraordinarias, para *celebrar* públicamente el rating obtenido, como si hubieran ganado algo así como el «Premio Nobel del Aire».

Rating prefabricado.

Al convertirse el rating en un motivo de competencia publicitaria, productores y anunciantes se dieron a la tarea de buscar recursos artificiales, para asegurarse una buena posición de sus respectivos programas en cada investigación.

Como el survey se practicaba periódicamente, en los cuatro trimestres del año, era fácil conocer de antemano la fecha en que iban a comenzar las entrevistas «de casa en casa».

Los presupuestos se distribuían entonces de una forma curiosa. Reduciendo gastos, y manteniendo artistas baratos y producciones mediocres, los programas descendían en calidad durante los meses que transcurrían entre una y otra investigación. Esa baja de atracción debía producir, lógicamente, una baja en la audiencia, pero tal circunstancia no se ponía en evidencia, ya que «no se estaba chequeando el programa».

Tan pronto se llegaba a la fecha del survey, con el dinero acumulado por los «ahorros» de dos meses, se reforzaba de modo espectacular el programa, con artistas importados, atracciones inusitadas y unas producciones costosas, sin que faltara la propaganda especial de prensa entrevistas, portadas y gacetillas.

En los programas musicales se reforzaba la etapa de survey con alguna estrella cinematográfica, o cantante de fama mundial, que se traía a La Habana coincidiendo con la fecha del «chequeo».

En las novelas se forzaban los argumentos, se incluían personajes y situaciones especiales. A veces esto se discutía en una pomposa «junta de producción», donde se planeaba cuidadosamente, por los expertos de la empresa, productor, autor y figuras principales, toda una complicada maniobra de recursos, «para que la novela *cogiera rating*». Igual sucedía con los programas de aventuras.

Este arbitrario procedimiento desvirtuaba el valor estadístico del survey, que sólo es válido cuando expresa o mide el grado de efectividad *habitual* de un programa. La puntuación que se obtenía por tales métodos no correspondía a la realidad permanente, sino a una audiencia circunstancial. A pesar de ello, al publicarse la investigación, los anunciantes alardeaban, con un cinismo extraordinario, del *alto rating* de su programa, cuando todos sabían que *lo fabricaban* ellos mismos. Y para fabricarlo, obligaban a los oyentes a soportar una mediocre y barata programación durante el tiempo en que no se investigaba, demostrando así un desprecio absoluto por éste.

Llegó a arraigarse de tal forma «el mito del rating», que los sueldos, tarifas de anuncios, contratos de estrellas y horarios de programas, giraban alrededor de las enigmáticas cifras del survey. Los expertos las manejaban como los números de una

ruleta, controlados por un hábil *croupier*. Falto de toda seriedad científica, el rating era una inmoralidad, una estafa a la buena fe del público. Esto era tan evidente, que no se explica que tal situación fuese admitida y tolerada por la directiva de la AAC.

Burocratismo

La tabulación por sistema IBM; el alto número de visitas (unas doscientas mil casas se visitaban, como promedio, en cada investigación), y los prorrateos para calcular el tiempo exacto y los promedios de audiencia de cada programa y emisora, dio por resultado la creación de todo un mecanismo burocrático.

El Patronato del survey abandonó el contenido técnico, dejó de estudiar las posibilidades psicológicas y las nuevas exploraciones que admitían los métodos modernos, para limitarse a una línea de rutina, y dedicar todo el tiempo de sus reuniones a los pequeños problemas que planteaban los investigadores sobre aumentos de sueldo; a discutir fechas, minutos más o minutos menos, días que llovieron o días que hizo sol. De todo se hablaba en las reuniones, menos de intentar ninguna innovación que pudiera impedir los dos factores que deformaban el survey: la promoción artificial de rating y la publicación de datos.

Por su interés, citaremos dos hechos elocuentes en aquellas sesiones del Patronato de la AAC.

Los surveys ofrecían sistemáticamente como promedio un treinta por ciento de radios encendidos, sobre los cuales se calculaban todos los índices de preferencia de audiencia. En una sesión de las que se celebraban periódicamente (en el lujoso restaurante El Patio, en medio de highballs y un exquisito filete miñón), uno de los presentes se atrevió a llamar la atención sobre un hecho que calificó de importante: si el setenta por ciento de los receptores estaban habitualmente apagados, ello significaba que la gran mayoría de los oyentes era *indiferente* a la programación radial. Como hacía dos años que se venía explotando la opinión del treinta por ciento de radioyentes que *encendían sus aparatos*, ¿por qué no invertir los términos, y analizar la opinión del setenta por ciento que no los encendían?

Su tesis era que, desechando los receptores encendidos, sobre los cuales ya había suficiente información, los visitantes

debían realizar una prueba, preguntando a quienes no estuvieran oyendo radio a una hora determinada: ¿por qué no está oyendo radio? ¿Qué programa pudiera interesarle para *encender* su radio en este momento?

No cabe duda que, una investigación de ese tipo, hubiera dado una serie de nuevos datos sobre las causas que impedían oír radio, y sobre nuevos programas que los oyentes quisieran oír y no se estaban transmitiendo. Pero todo ello significaba una alteración de la rutina, y ponía en peligro el sistema burocrático, mediante el cual los grandes anunciantes se habían asegurado ya una posición brillante en el survey.

La proposición, acogida cordialmente con bromas y risas, sólo consiguió que, a partir de entonces, en el seno jovial de las juntas de la AAC, se calificara al proponente como «el hombre que quería chequear los radios apagados». La broma duró mucho tiempo.

No fue cosa de risa su segundo intento de romper la inercia de aquel organismo anquilosado. La agencia que había hecho el planteamiento abonaba una cuota de trescientos pesos como miembro del Patronato de surveys.

En una sesión-almuerzo, llevó a la mesa un ejemplar de la revista *Bohemia*, cuya sección radial publicaba toda la información básica del último survey, con los programas y emisoras clasificados por géneros y rating.

Planteó la evidencia de que se violaban las normas reglamentarias del survey, que establecía el carácter confidencial de los datos obtenidos. Tras un animado debate, el presidente de la Comisión (José M. Viana, de Sabatés), llegó a la conclusión de que no se podía impedir que diarios y revistas divulgaran esos datos, por *razones comerciales*.

Ante ese planteamiento, el reclamante informó que su agencia se retiraba del Patronato, cancelando su cuota. Los asistentes, a quienes afectaba el déficit que tal medida creaba, preguntaron la razón de una medida tan radical.

A lo cual respondió el reclamante con una sonrisa: «*por razones comerciales*, no estamos dispuestos a pagar trescientos pesos por una información que puede conseguirse en *Bohemia* pagando quince centavos».

La inercia burocrática mantuvo una serie de fallos técnicos, de evidentes «mecanicismos» nacidos de la rutina.

1. Empleo sistemático de una misma zona de investigación. Se recorrían las mismas calles, en los mismos barrios, a las mismas horas. No se hacían cambios fundamentales en la muestra.
2. Hubo casos de parcialidad en los investigadores: algunos tenían empleos en las firmas anunciadoras; excepcionalmente, propinas y sobornos influyeron en otros. Los investigadores fueron cesanteados, pero no se tomó ninguna sanción contra los anunciantes que recurrieron a tales prácticas.
3. La AAC nunca publicó gráficos comparativos, curvas de reacción de audiencia o cualquier otro estudio que permitiera apreciar los resultados cíclicos, la evolución mostrada en conjunto por varios surveys. Todo se ajustaba, modificaba y valorizaba con los índices numéricos del último cuaderno.
4. El mínimo de quince visitas por cuarto de hora era impracticable. Los investigadores se guiaban por el *oído*; adivinaban, en vez de preguntar, y en muchos casos anotaban datos falsos.
5. Aunque era relativamente fácil identificar una emisora por sus voces conocidas, ninguna fórmula de *oído* permitiría saber cuántos hombres, mujeres y niños la estaban escuchando, en una casa cerrada.
6. Los datos, recopilados y tabulados por cuartos de hora, se calculaban para el rating en períodos de cinco minutos. Cuando un programa no coincidía en su horario de transmisión con esa división mecánica del tiempo, se hacían ajustes por *prorratio*.
7. En agencias y emisoras se desarrolló la habilidad para obtener posiciones en el rating, por medio de un ardid matemático: colocar deliberadamente los programas en horarios corridos, que favorecieran el ajuste. Por ejemplo: si un programa en vez de empezar a los quince minutos, empezaba a los diecisiete, esos dos minutos le hacían *correrse* en una fracción del siguiente cuarto de hora.
8. Al cubrir un mismo programa fragmentos de dos cuartos de hora distintos, por razones de aritmética se trasladaba parte

de una audiencia (que podía ser elevada en rating), hacia el programa corrido, cuyo rating ya no era directo, sino por cálculo de ajuste.

9. Esos ajustes de horarios y factores de audiencia, los realizaba el Director Técnico de la tabulación. Aunque siempre se reconoció públicamente la integridad de ese funcionario, no hay duda de que realizaba las compensaciones de minutos y ratings bajo un criterio estrictamente personal. No existían reglas que pudieran aplicarse.

De todos estos fallos y procedimientos que afectaban la «carrera del rating» sacamos una conclusión: sólo podían sostenerse en esa competencia los sectores de mayores recursos de inversión. Por muy buena labor que realizaran las emisoras pequeñas (aunque debemos consignar que la mayoría de ellas se mantuvo sin iniciativas), los grupos artísticos modestos no podían competir con la promoción y los recursos publicitarios de los grandes industriales, capaces de «fabricar sus propios ratings».

DÍAS ANTES DEL SURVEY

«Esmérate, que se acerca el survey» o «Esmérate, que ya empezó el survey», eran frases a las que nos fuimos acostumbrando con los años.

Se exigía la mejor dirección, la mejor actuación, lo mejor en cada una de las especialidades y como era de suponer, el mejor libreto, y en los seriales, el mejor final.

¿Y siempre se podía conjugar todo lo mejor con un objetivo que nos golpeaba a sabiendas de que no era calidad lo que se exigía, sino mayor audiencia? No. No se podía conjugar.

Como una contradicción, *lo mejor* era sacrificado en aras de un mayor rating.

Y a manera de ejemplo pasamos a narrar el siguiente caso: Ocurrió en *Leonardo Moncada*. Se acercaba el survey y estaba en el aire la serie *La pandilla submarina*, en la que Leonardo Moncada había cambiado el caballo por el *acualón* y luchaba contra una pandilla de hombres ranas que robaban tesoros de barcos naufragados. Al llegar el survey, y para dejar un final bien

arriba, el autor decidió enfrentar a Moncada con un poderoso pulpo que lo atacaba en una de sus incursiones al fondo del mar. Moncada estaba escasamente armado con un cuchillo, y, para finalizar un capítulo, en pleno survey, el autor decidió que el pulpo, con uno de sus tentáculos, le tumbara el arma, que se perdió en las profundidades del océano. Era un buen final de capítulo.

Pero, ¿qué hacer al día siguiente? Y esa fue la pregunta que el autor formuló a los participantes del espacio. No encontraba la fórmula de salvar al protagonista.

En el estudio donde se producía el programa hubo intercambio de ideas, de sugerencias, pero ninguna parecía satisfacer al autor, por carecer de cierta veracidad o de fuerza dramática. El productor y el director sugerían una cosa, el musicalizador otra, pero ninguna era la adecuada. El problema se iba complicando hasta hacer crisis. ¡Moncada está en peligro de muerte! Fue Eduardo Egea, en aquel entonces protagonista del programa, el que sugirió una solución increíble: «Bueno, señores, si no encontramos una fórmula adecuada, yo propongo lo siguiente: que el pulpo sea bueno y perdone a Moncada.»

Era, en cierto modo, una crítica mordaz a aquel sistema, en que los espetáculos artísticos estaban al servicio de un propósito comercial.

EL RATING: ARMA DE DOS FILOS

El control del survey por una minoría de intereses poderosos, causó un doble efecto en el medio radial:

1. Puso en manos del bloque dominante la mayor parte de los programas que «acaparaban oyentes». Artistas, escritores y productores trataban de incorporarse a ese clima de alto rating (aliándose al bloque), para conservar un prestigio profesional que no dependía ya de la calidad efectiva, sino de los recursos que se ponía en juego para ocupar posiciones en el survey.
2. Siempre que uno de los grandes programas anunciaban haber alcanzado «el mayor rating», se movían nuevas capas de oyentes a sitonizarlo, sugestionados por el despliegue de promoción «a bombo y platillo».

Aunque personalmente un oyente no considerase que «ese era el mejor programa», se rendía ante la evidencia, aceptando como una realidad el hecho de que era preferido por una gran mayoría. Esta «espiral de la promoción», en un fenómeno de *mimetismo*, usaba el rating artificial como agente de promoción, dentro de un círculo vicioso: sugestionar al público con la supuesta «popularidad» de un programa, hasta que éste se hacía *realmente* popular, *sin depender* de su calidad artística.

Los defensores del método alegaban que, si con ello se lograba un efectivo aumento de la audiencia, el procedimiento era correcto. Es decir: «el fin justifica los medios».

Sin embargo, ese incremento de audiencia no era efectivo más que a los fines de venta. Se deformaba el carácter científico del survey, al desestimar los factores de calidad artística, y tomar a los oyentes en función de consumidores.

Podemos resumir la cuestión en dos tesis antagónicas:

La científica: Una programación al servicio de la audiencia.

Objetivo: mejoramiento social.

La mercantil: Una audiencia al servicio de la programación.

Objetivo: aumento de venta.

ESPECIALISTAS EN RATINGS

Una consecuencia natural de la deformación operada en el medio, fue la aparición de los *expertos* en obtener rating. No eran personas con experiencia en las técnicas de producción, ni con una cultura elevada o un *buen gusto* artístico que pudiera ser aplicado en la superación de los programas.

En vez de ello, los «especialistas» se dedicaban a una forma sistemática de *descubrir* trucos para elevar el rating. Estas habilidades, de una sutileza comparable a la que tienen algunos delincuentes para encontrar la combinación de una caja de seguridad, les creó una posición envidiable, y las cadenas y los anunciantes, se disputaban sus servicios, pagados a niveles espléndidos.

Autores y productores, cuyos talentos y experiencias se habían desarrollado a través de muchos años de estudiar y

trabajar en contacto con el público, se vieron sometidos a una nueva tiranía: los argumentos, la continuidad musical o los elementos artísticos que se incluían en sus programas, se veían constantemente interferidos, alterados y combinados en forma arbitraria por uno de aquellos improvisados que, sin ninguna preparación profesional, se convertían de la noche a la mañana en *expertos* y comenzaban a desarticular la estructura artística, en busca de retorcidos procedimientos «para coger rating».

Para darnos cuenta de la forma en que jugaban con los intereses y derechos del público, bastará relatar uno solo de los muchos «trucos» que se inventaron por esa época. Fue creado por uno de esos «genios del rating», para asegurar a una emisora un alto promedio en el survey, empleando programas grabados, es decir, música de discos.

1. El locutor anunciaba que se iba a transmitir una de las canciones favoritas que estaba «de moda», por un intérprete de máxima atracción.
2. En vez de poner ese disco inmediatamente, antes de transmitir la canción más solicitada se ponían dos o tres discos de canciones menos interesantes, que la experiencia indicaba que no eran tan atractivas.
3. Esperando que le pusieran su canción favorita, el oyente *soportaba* pacientemente los tres discos que no tenían interés en oír, sabiendo que *después* vendría su canción.
4. Para escuchar una canción, por tanto, el oyente estaba *coaccionado*: era necesario permanecer sintonizado durante los quince minutos que duraban los tres discos-relleno y la canción favorita. Si en ese momento se hacía el survey, en ese *cuarto de hora* la emisora aparecía con alta sintonía, *a pesar* de estar transmitiendo discos secundarios.

Aunque no deja de ser *ingenioso* el procedimiento, vemos que se está falseando la medida de la audiencia. Si se hubiera puesto de inmediato la canción favorita anunciada, el oyente habría *cambiado la estación*, pues no tendría interés en seguir oyendo unas canciones de calidad secundaria, o por artistas de poca atracción.

Pero, lo más importante de todo esto es el empleo de recursos

de habilidad, para forzar un índice de audiencia artificial, por métodos que no tienen nada que ver con el arte.

Sin respetar en lo más mínimo la responsabilidad de entretener al oyente, estos oportunistas del espacio cayeron como una plaga para imponer la tiranía del rating. Toda la producción y concepción de programas giraba alrededor de las cifras del survey, y los nuevos *genios* trasladaban la cuestión radial del campo artístico al matemático. Desplazaron a los verdaderos creadores de ideas radiales, y llevaron la radiodifusión a un nivel mediocre, chato, de tablas gráficas y operaciones de aritmética.

Este era el clima ideal para consolidar la producción de un monopolio privado, controlado desde Radio Centro, donde el magnate de la *industria* de la radio, Goar Mestre, había manifestado repetidas veces ante sus cuadros asesores, el criterio técnico que debía regir las actividades de la empresa: «los hombres que trabajaban en la organización (artistas, escritores, productores y técnicos), no son más que tornillos de una maquinaria. Es necesario que se pueda quitar y poner un tornillo sin que la máquina deje de funcionar».

Era conveniente, por tanto, que mientras Radio Centro controlaba todo el elemento humano de primera fila, las demás emisoras se *conformaran* con ocupar niveles accesorios, en operaciones *colaterales*. Que se entretuvieran en esos juegos de buscar rating con discos gastados, en vez de lanzarse a fondo en una superación que las pusiera al mismo nivel de Radio Centro.

El oyente, entre tanto, perdía su carácter de un ciudadano a quien había la obligación de servir, para convertirse en un simple *comprador* a quien se podía explotar.

HABLAN LOS NÚMEROS

Creemos que los puntos expuestos en el análisis crítico de las investigaciones de audiencia son, de por sí, de una claridad evidente.

No obstante, para que el lector pueda apreciar por sí mismo los factores, y despeje toda duda sobre la imparcialidad que debiera influir en nuestro enfoque, vamos a dar un vistazo al «Cuaderno Oficial del Survey Nacional» editado en copias mimeografiadas por la Asociación de Anunciantes.

Hemos seleccionado el período de mayo 1958. Por estar ya

activa la competencia de la televisión, y sin que el sistema radial hubiera sido alterado por el proceso revolucionario, los datos de mediados de 1958 representan un ciclo típico.

1. Se ha investigado la radioaudiencia desde las ocho de la mañana hasta la diez y media de la noche, en forma continua, en cincuenta y cuatro cuartos de hora de trasmisión.
2. Se ha explorado la «Gran Habana» (ciudad capital y sus municipios limítrofes: Marianao, Guanabacoa y Regla). Las cinco capitales de provincia, y zonas del interior en poblaciones de dos mil quinientos o más habitantes (incluyendo las zonas del interior de la provincia de La Habana).
3. En zonas urbanas del interior, se formaron cuatrocientas unidades de exploración, con un promedio cada una de novecientos sesenta hogares, de los cuales el cincuenta por ciento fue investigado a razón de doce entrevistas por cuarto de hora.
4. La zona «Gran Habana» tomó como factor representativo un total de doscientos ochenta y dos mil casas, agrupadas en seiscientas unidades de exploración (rutas), con promedio de cuatrocientos setenta hogares cada una.
5. Sesenta investigadores, recorriendo el diez por ciento de la muestra, cubrieron sesenta rutas, en turnos de nueve cuartos de hora.
6. Para cubrir los cincuenta y cuatro cuartos de transmisión, se realizaron seis turnos, con novecientas visitas en cada cuarto de hora.
7. De acuerdo con lo anteriormente expuesto, cada uno de los sesenta investigadores debía explorar, en un turno de dos horas y cuarto continuo, una ruta de cuatrocientos setenta casas, y realizar un total de ciento treinta y cinco entrevistas en el turno. O sea, anotar quince consultas en cada cuarto de hora investigado.

Usemos ahora la lógica: imaginemos a un joven que sale, con su lápiz y sus planillas, a recorrer las calles.

En algunas casas llamará a la puerta y no recibirá una respuesta: tendrá que hacer una mínima espera para deducir que la familia ha salido. En otras, demorarán en abrir.

Irá de una casa a otra, subirá escaleras, encontrará personas razonables que le darán rápidamente los datos, pero topará también con gente desconfiada que vacile en contestar.

Al asomarse a una casa observará minuciosamente el tipo de mobiliario, adornos, accesorios domésticos y vestimenta de sus moradores, para determinar «la clase social» a que pertenecen, dato que debe anotar cuidadosamente en su hoja.

También tiene la obligación de contar cuántos hombres, mujeres y niños están sintonizando el programa. Y, como es lógico, comprobar minuciosamente la emisora que está sintonizada en el momento de su visita, o en caso contrario, consignar que en aquella casa no estaban oyendo radio.

Todo esto debe hacerse en forma continuada, sin interrupción, durante nueve cuartos de hora, en cuyo tiempo el sagaz investigador debe haber concluido y anotado ciento treinta y cinco entrevistas.

Quince entrevistas, en un cuarto de hora, significan un minuto para cada hogar visitado.

No hay que ser un gran psicólogo, ni un experto en estadísticas, para comprender que no hay ser humano capaz de realizar en serio esa tarea.

Este dato es definitivo para demostrar la falta de rigor científico en el mecanismo recolector del survey de la AAC.

Pero veamos el resultado de esa exploración. Con los datos del «Cuaderno Oficial...» podemos construir la tabla siguiente:

<i>Zonas exploradas</i>	<i>Casas visitadas</i>	<i>Casas cerradas</i>
HABANA (Capital)	47 870	13 662
HABANA (Domingos)	23 711	7 811
HABANA (Provincias)	18 182	4 046
Pinar del Río	8 348	1 541
Matanzas	15 972	4 356
Santa Clara	33 474	7 512
Camagüey	22 989	5 490
Oriente	40 200	7 882
Poblaciones pequeñas	215 734	53 275
TOTALES	105 575	426 480

Las visitas comprobaron que el ochenta y seis por ciento del total de casas poseían receptor de radio, con el veinte y cuatro por ciento encendidos.

El ochenta y seis por ciento de cuatrocientos veinte y seis mil cuatrocientos ochenta casas representa trescientos sesenta y seis mil setecientos setenta y dos receptores.

Un promedio aceptado de cinco oyentes por cada receptor, da un potencial de un millón ochocientos ochenta y tres mil ochocientos sesenta oyentes en el área. Casi dos millones en las seis provincias.

Estas cifras impresionan a primera vista. Su efectividad se reduce cuando consideramos que tal volumen de hogares han sido analizados a la velocidad de quince entrevistas por cuarto de hora. (Doce en el interior, con distancias mayores).

Quiere decir que no se ha hecho un cuidadoso análisis de la opinión del gusto selectivo del oyente. Se ha invertido un minuto para consultarle, acumulando datos masivos.

Es la regla monopolista: dejar a un lado la calidad y sustituirla por la cantidad, en un sofisma matemático que encubre lo artificial del rating, al presentar cifras de un nivel impresionante en los cuadros tabulados.

EL CONTROL DE AUDIENCIA

Para evadir pugnas y reclamaciones, la AAC no publicaba en los Cuadernos del rating promedio de ninguna emisora. Se limitaba a informar los programas con cinco puntos o más de rating, y el rating parcial en cada uno de los cincuenta y cuatro cuartos.

Cada emisora calculaba por su cuenta su promedio y el de los competidores, basándose en el Cuadro Resumen. En el survey de mayo de 1958, los dos promedios más altos fueron:

CIRCUITO CMQ	5,65
RADIO PROGRESO	3,96

Con excepción de CNC, que alcanzó 1,47 (nuevo negocio radial financiado por el dictador Batista), todas las demás emisoras aparecieron con fracciones por debajo de la unidad.

Considerando que el factor de la audiencia total lo daba esa investigación con el promedio de 12,75, el hecho de que CMQ y Radio Progreso sumaran con sus ratings un total de 9,61, significaba que esas dos emisoras retenían el setenta por ciento de todos los oyentes. Casi las tres cuartas partes de la audiencia, según el survey, se concentraban en sólo dos emisoras.

Ya hemos visto los recursos desarrollados para controlar la audiencia, por los poderes concentrados en Radio Centro. Pero, ¿cómo era posible que su emisora filial, actuando en operaciones independientes, alcanzara ese segundo lugar?

La propia AAC lo explica, en un gesto mínimo de pudor, con un párrafo aclaratorio del «Cuaderno...»:

Los ratings de las Emisoras que aparecen en este cuadro, están afectados por concursos celebrados (en la época en que se llevaba a cabo el Survey), por las emisoras Radio Progreso, Radio Cadena Habana y Radio Aeropuerto. Las dos primeras, además de los concursos, utilizaban carros con altoparlantes, que visitaban los barrios, informando a los vecinos que si al pasar los visitantes tenían sintonizadas esas emisoras, recibirían determinada CANTIDAD DE DINERO como premio. La segunda (Radio Cadena Habana) al propio tiempo repartía boletos con esa información.

En otro párrafo se aclara que Radio Progreso había empleado el mismo sistema en Camagüey y Oriente, para competir con empresas locales de radio en esas provincias.

Y uno se pregunta: ¿para qué publicar datos de un survey, en el cual se reconoce que los mismos están afectados por promociones con dinero en efectivo?

Radio Cadena Habana, cuya denominación no implica que posea una «cadena de emisoras», sino que es «una cadena de programas» en la misma emisora, basaba su programación en discos de música popular, combinados en dos ideas de promoción.

El *Hit Parade* (una mala copia del programa yanqui), mediante el cual el público seleccionaba los mejores discos, que ocupaban una escala. Repitiendo constantemente un disco, la emisora lo *impulsaba* a ocupar «el primer lugar del *Hit Parade*», y las llamadas de los oyentes, se combinaban con «La Jaba de

la Suerte». Era esto una bolsa de premio, consistente en numerosos productos comerciales y una cantidad en efectivo, que se sorteaban cada quince minutos entre los oyentes, durante el período de investigación.

Radio Cadena Habana, por no estar afiliada al Patronato, no tenía derecho a que sus ratings se publicaran en el Cuaderno oficial.

Sin embargo, cualquier anunciante tenía derecho a solicitar de la AAC los datos de audiencia de las emisoras que no aparecían en la lista oficial publicada. Mediante esa vía, que sólo requería un pequeño pago por el servicio extra de tabulación, algunos clientes importantes de Radio Cadena Habana le facilitaban su clasificación *de contrabando*.

En cuanto a Radio Aeropuerto, que imitaba el sistema de discos y premios, aparecía sólo en un cuadro de emisoras con «Programas Políticos», con el escaso rating de 0,60.

Puede deducirse que la promoción de estas dos emisoras, Cadena Habana y Radio Aeropuerto, iba dirigida contra Radio Progreso, ya que ninguna de ellas podía competir con la poderosa CMQ.

Radio Progreso enfrentó al *Hit Parade* un sistema igual, que titulaba «La pizarra verde», y discutía con los demás, a nivel de «planta chica», el dominio de los discos musicales.

Pero al ponerse en la línea del monopolio Mestre, había que elevarla de ese nivel y colocarla junto a su hermana mayor, CMQ, por encima de todas las emisoras independientes.

Veamos cuál es el mecanismo que ha permitido a Radio Progreso, bajo la *protección* magnánima de los Mestre, ocupar sin discusión el segundo lugar en la carrera del rating.

Resultaría imposible alcanzar esa ventaja únicamente con discos de música popular, ya que la exclusividad de un disco tiene un período limitado, y tan pronto la competencia lo consigue está en iguales condiciones para captar oyentes.

Pero el trust jabonero apoya ciertos horarios, reforzando la programación de Radio Progreso con sus novelas y sus cuadros estelares de figuras *románticas*.

Ya indicamos que la tabulación de datos se hacía, dentro del sistema IBM, por fracciones de cinco minutos. Para fijar el rating de un programa determinado, aclara el «Cuaderno...»:

Se ha seguido el sistema de tomar el tiempo más aproximado a su duración. Así, por ejemplo, para un programa iniciado a las 6:00 y terminado a las 6:22 su rating se ha

obtenido con los datos recopilados de 6:00 a 6:20. Cuando el programa ocupa más de dos minutos de un espacio de cinco, SE LE AGREGAN LOS DOS MINUTOS QUE NO LE CORRESPONDEN.

Veamos algunos datos curiosos, en ciertos horarios de Radio Progreso:

1. *De 1:17 a 1:37 p.m.*, un programa de Crusellas por Radio Progreso alcanza un rating de 7,5.

El Cuaderno especifica un promedio de novecientas visitas por cuarto de hora. Sin embargo, en ese espacio de veinte minutos la Tabla indica mil ciento noventa y tres visitas y mil cuarenta y cuatro radios.

2. *De 12:25 a 12:37 a.m.* (programa de doce minutos), alcanza rating de cinco en quinientos noventa y siete entrevistas con quinientos treinta y cinco radios.

Véase la habilidad de *colocar* el principio y fin de los programas, en aquellos puntos del horario corrido, que van a proporcionar una ventaja en el «tiempo aproximado de su duración». Nótese que la fracción es de dos minutos, y juega en las cifras cinco y siete, que son la clave del ajuste.

Estos *empujoncitos* que dan dos o tres cifras altas en un promedio eran el mecanismo para elaborar el segundo puesto. Reforzado, en forma descarada, por la promoción callejera de carros sonoros y premios.

Todo ello, con la benemérita tolerancia de los «expertos» y «psicólogos» de la Asociación de Anunciantes de Cuba.

HABLAN LOS PROGRAMAS

Puede que el lector no sea adicto a tan sutiles análisis matemáticos. Dejemos, por tanto, los números, y busquemos en el «Cuaderno... de mayo de 1958 otras informaciones que nos den más gráficamente el estado de la radiodifusión.

¿Qué género de programas obtienen los primeros lugares?
En veintidós programas seleccionados encontramos:

- 10 Radio-novelas
- 5 Cómicos
- 3 De aventuras
- 3 De sucesos
- 1 De series dramáticas.

Conocemos la afición musical del cubano, habituado a oír música desde la mañana, con las canciones de todos los ídolos de la América: México, Argentina... Cancioneros, tríos, orquestas. ¿Cómo es posible que, con todos esos discos, que constituyen un entretenimiento básico de la familia cubana, no aparezca con rating un solo programa musical?

Tampoco encontramos ningún programa de buen teatro mundial; ni música sinfónica, ni ópera, charlas y asuntos deportivos.

Sin embargo, de todos esos géneros había programas en el aire todos los días. ¿Cómo no aparecen clasificados?

Hay un mecanismo que lo impide: para figurar en los cuadros del survey, un programa debía alcanzar como mínimo cinco puntos. (Nótese que el rating promedio nacional de CMQ es de 5,65 en esa fecha...)

Las emisoras pequeñas, con sus programas grabados, no pueden *acumular rating*. De ahí que se hiciera necesario aplicar, como hemos comprobado, ciertos «trucos» para buscar puntos entre los oyentes de discos.

Estas realidades, debidas a deficiencias de procedimientos en la investigación, debieron ser consideradas y resueltas, desarrollando fórmulas técnicas que las superaran.

Pero el survey, orientado hacia los intereses de la minoría en que se concentraba el poder radial, se sometía a criterios comerciales. Servía a una política monopolista: desplazar al pequeño competidor, poniendo trabas a la libre competencia.

RADIOGRAFÍA DEL MONOPOLIO

Desde el 11 al 31 de mayo de 1958, las diez novelas radiales de máximo rating dan este cuadro:

	<i>Emisora</i>	<i>Patrocinador</i>
1. Yo amo a un canalla	CMQ	CMQ
2. Por un secreto de amor	CMQ	Palmolive
3. Mala semilla	CMQ	Camay
4. Prisionera del pasado	CMQ	Hiel de Vaca
5. ¡Pobre juventud!	CMQ	Fab
6. Corazón en venta	CMQ	CMQ
7. Flor salvaje	CMQ	Camay
8. Una mujer sin alma	CMQ	CMQ
9. Ave sin nido	CMQ	Mejoral
10. Contrabando de amor	CMQ	Mag. Phillips

Anotemos:

1. Palmolive, Hiel de Vaca y Fab: marcas de Crusellas, del trust Colgate and Palmolive Peet Co.
2. Camay, producto básico Sabatés, trust Procter & Gambler.
3. Mejoral (nombre latino de Cafiaspirina) y Leche de Magnesia Phillips: marcas predominantes del trust farmacéutico Sterling-Sidney Ross, que opera el cartel germano-yanqui The Bayer Co.
4. Las diez novelas están concentradas en CMQ Radio Centro. No se puede hacer un diagrama más exacto del monopolio radial, ni existe un instrumento que lo revele en forma más precisa que el famoso «Cuaderno de la Investigación de Radio Audiencia», conducida por la Asociación de Anunciantes de Cuba.

EL DICTADOR DE VALLE AZUL

Esta anécdota tuvo lugar a fines del año 1957. En aquellos tiempos la frecuencia y el edificio que hoy ocupa Radio Rebelde —como ya explicamos—, servían de matriz a la cadena nacional CNC (Circuito Nacional Cubano). Era una organización que

pretendía pasar por Empresa particular, propiedad de accionistas, pero en realidad pertenecía al dictador Fulgencio Batista.

En la tal CNC se trasmitía un programa de aventuras bastante escuchado en la época y del cual hoy aún muchos oyentes se acuerdan: Taguary. Era escrito por Francisco Pazos y dirigido y producido por José Arbesú. Su intérprete principal (Taguary), lo fue el ya fallecido actor Rolando Leyva.

Y ahora viene lo importante. A la sazón, o sea, en la época indicada, comenzó a trasmitirse una serie titulada *El dictador del Valle Azul*. La trama de la serie parecía simple: Valle Azul era un pueblo rodeado de lomas, en donde imperaba un canalla que tenía oprimidos a los trabajadores, que hacía su voluntad utilizando medios más o menos violentos, que llegaban desde el robo descarado hasta el asesinato y las golpizas públicas. En tanto, Taguary con un grupo de hombres escapados del propio Valle Azul luchaban contra el dictador, en lo que hoy pudiéramos llamar una guerrilla, o sea, un pequeño ejército de hombres dispuestos a todo, y más que todo a derrocar al dictador y liberar a Valle Azul. Si pensamos que en aquellos momentos nuestro Comandante en Jefe con sus heroicos barbudos peleaba con parecido fin en la Sierra, y las características de Batista eran fácilmente comparables con las del Dictador, nos daremos cuenta que aquella serie no podía caerle muy bien a los militares de Columbia, que tenían un control muy directo sobre lo que se trasmitía en las estaciones de radio, monitoriando los programas. Y no pasó mucho tiempo sin que llamaran a las oficinas de CNC quejándose del asunto. José Arbesú fue informando, y dándole a su expresión un tono de broma muy peculiar en él, le dijo al escritor: «Óyeme, ten cuidado, te están oyendo de Columbia y tu cabeza me huele a pólvora.» Los actores y técnicos del programa, y hasta algunos locutores y empleados de la emisora, también entraron en la broma, con lo que, tal vez, trataban de quitarle importancia a algo que todos sabían que era serio y que causaba su efecto. Varias veces llamaron de Columbia, siempre oficiales a cargo de observar las transmisiones y hasta elementos de alta jerarquía, que eran acallados por la dirección de la emisora con la frase: «—No se preocupen... eso es pura ficción. ¿Cómo nosotros, aquí, vamos a hacer campaña revolucionaria?» Sin embargo, la realidad es que se hizo la campaña. Y Taguary bajó con sus compañeros de las lomas y el dictador fue derrocado. ¡Y todo

esto, transmitido al país por la cadena nacional propiedad del propio Fulgencio Batista!

Como dato muy interesante y que pone de manifiesto lo inusitado y sorprendente de los hechos que narramos, debemos añadir que uno de los hombres del pequeño ejército rebelde de Taguay, el que iba y venía de las lomas a Valle Azul, trasladando armas y municiones y exponiendo mil veces su vida, era interpretado por el actor Wilfredo Rodríguez que, en aquellos instantes, hacía idéntica labor en la heroica lucha del clandestinaje en La Habana; y trabajaba también en la serie, entre otros que no recordamos, el compañero Armando León Acosta: su narrador era Antonio Pera, todos involucrados de una forma o de otra en la lucha contra la tiranía.

Terminada la guerra con el triunfo de la Rebelión, los que laboraron en aquella serie de *Taguay* tuvieron la oportunidad de saber que allá en la Sierra se oyó *El dictador de Valle Azul*, la que sirvió de mucha satisfacción y de jolgorio a los rebeldes que la escucharon, los que comentaban sobre la imbecilidad de Batista y sus energúmenos, a quienes les estaban «Tomando el pelo» reflejando en la ficción radial lo que era una histórica realidad del momento.

ETAPA DE TRANSICIÓN

MADRUGADA EN COLUMBIA

Los relojes marcaban las dos de la mañana. Desde la pista en sombras, tres aviones levantaron el vuelo, y Eulogio Cantillo, un general de pocas ideas, quedaba inesperadamente al frente de una nación en crisis. La Ciudad Militar de Columbia es el último reducto de una tiranía derrotada. En aquellas horas dramáticas hay tres civiles expectantes en el salón de la prensa; cada uno representa las letras de una radioemisora: Abel Mestre, CMQ; Manolo Fernández, CMBC; Guillermo Salas, CMBZ.

Nadie en Cuba ha tenido noticias de los últimos acontecimientos: ni los propios ministros del Gobierno. Un pacto de silencio ha cubierto la fuga de Batista.

Las ondas de Radio Rebelde (cuya primera transmisión fue el 24 de febrero de 1958, con su tema inicial: el *Himno invasor*; más tarde fue el del *26 de Julio*). Han comunicado al pueblo la toma de Santa Clara; un tren blindado enviado por Batista había caído en manos de las fuerzas de Camilo Cienfuegos y Che Guevara. Los radioemisores conversan en voz baja en un rincón.

El pueblo duerme, y las antenas están apagadas. Hay una fuerte tensión dramática en aquella madrugada histórica. Es el 1ro de enero de 1959.

UNA NOTICIA POR LA RADIO

Abel Mestre está en Columbia en aquella noche de fin de año con un doble carácter: es el director del Noticiero CMQ, frente

político de empresa, y, al mismo tiempo, representa a la Federación de Radioemisores de Cuba.

Cuando plantea la necesidad de obtener informes sobre la situación, amenazando con dar por CMQ una versión personal de los acontecimientos, Cantillo accede a celebrar una entrevista «exclusiva» con Guillermo Gener, reportero de *Prensa Libre*, y el magnate de la radiodifusión.

Cantillo pide calma: no deben divulgarse noticias hasta que se integre una «fórmula jurídica» y exista una Junta de Gobierno capaz de garantizar el orden. Se teme que las masas se desborden al conocer la fuga del Dictador.

Un auto parte del Campamento de Columbia: Manolo Fernández, condueño de CMBC Radio Progreso, ha comprendido la gravedad de la situación.

Rompe la consigna del silencio: pone en el aire la señal, y estremece la madrugada con las sensacionales noticias: ¡Batista ha huido! Hay un gobierno provisional en Columbia, bajo el mando de los militares...

Fidel Castro capta las noticias de Radio Progreso. Inmediatamente pone sus fuerzas en movimiento y ordena la huelga general revolucionaria, a través de las ondas de Radio Rebelde, emisora instalada en el corazón de las montañas en 1958, a iniciativa del Comandante *Che* Guevara. Se ordena a la columna de Camilo Cienfuegos que avance a la toma de la Ciudad Militar de Columbia. El comandante Guevara avanza con la suya sobre la Fortaleza de La Cabaña, segunda plaza militar de La Habana.

Una vez más, la radio estaba en el centro de los hechos y eran las ondas radiales las que despertaban a todo el pueblo, con el llamado esplendoroso de la libertad.

EL PRIMER DÍA DEL AÑO

Difundida la noticia de que el Dictador ha huido, el pueblo se lanzó a las calles con una emoción incontenible. Los grupos del Movimiento 26 de Julio, que tienen una organización clandestina en la capital, se desplazan hacia los sitios estratégicos y ocupan las emisoras de radio, para evitar desórdenes y asaltos.

Una consigna es emitida constantemente por la radio «¡Revolución, sí! ¡Golpe militar, no! ¡Huelga general! ¡No tocar un

solo establecimiento, ni asaltar una sola casa; el pueblo debe confiar en la justicia revolucionaria!»

Respondiendo al llamamiento del Movimiento 26 de Julio por la radio y la televisión, el pueblo de Cuba da un magnífico ejemplo de disciplina.

Los magnates de la radio callan y observan: 1959 ha empezado con grandes cambios.

LLEGAN LOS BARBUDOS

El sector radial tenía motivos para estar contento. Mujeres y hombres sufrieron la dura época de lucha. Algunos habían subido a la Sierra, escenario de la guerra, desde el micrófono a la cámara de televisión; otros, formaban en los cuadros clandestinos del Movimiento 26 de Julio.

Por dos veces se había paralizado la programación, en dos intentos de huelga revolucionaria que, aunque no llegara a ser completa, estremecieron por varias horas la conciencia nacional.

Un domingo, la dictadura se vio obligada a cubrir con películas de largo metraje toda la programación nocturna, por el paro en la producción de TV. En otra ocasión, gran parte de la mañana estuvo sin programas. Las emisoras fueron tomadas por la policía, y en los últimos meses se hacían los programas de radio y TV prácticamente bajo los fusiles de una permanente guardia en todos los estudios.

En algunas Agencias de Publicidad, grupos clandestinos ayudaban a sostener la revolución: ropa, medicinas y equipos de radio se enviaban constantemente a la Sierra. Fotografías, impresos y proclamas eran reproducidos por los multígrafos de varias agencias. Bonos y donaciones mantenían activos los fondos para la acción. Cuando la dictadura organizó una Carrera Internacional de Autos, el famoso campeón mundial argentino Luis Manuel Fangio fue secuestrado. Atendido cortésmente, fue puesto en libertad después del evento. Este golpe, de repercusión internacional, fue planteado y ejecutado por elementos conocedores del efecto que tendría como propaganda revolucionaria. Más tarde se hizo lo mismo con el cómico argentino Biondi, impidiéndole realizar un programa. Las ondas mantenían una línea de lucha.

LA LÍNEA EXPECTANTE

En los primeros meses del Gobierno Revolucionario, los magnates de la radio y los altos dirigentes del sector de la publicidad adoptaron una actitud de precaución.

Una de las primeras medidas aplicadas por la Revolución fue la de suprimir las *subvenciones* que recibían, confidencialmente, la prensa y las emisoras de radio y TV.

Pero los ministerios aprobaron créditos para emplear, de un modo técnico y legal, la divulgación de diversos temas de interés público.

Páginas completas de los periódicos, y espacios importantes de la radio y la televisión fueron contratados por el Gobierno y pagados según las tarifas normales de propaganda.

Las principales agencias de publicidad recibieron contratos para producir esos anuncios, dentro de las normas profesionales de los modernos servicios de relaciones públicas.

De tal modo que, prensa, emisoras y agencias empezaron a considerar al Gobierno Revolucionario como un *cliente* a quien podían prestar buenos servicios, y obtener buenas utilidades. Todo marchaba dentro de una armonía plácida, mientras los jerarcas de la publicidad se hacían la ilusión de que se trataba, como tantas veces ocurrió en la América Latina, de una nueva «revolución» en la que se sustituía un gobierno por otro y las cosas seguían como antes. Creían que sólo era cuestión de buscar «nuevos contactos» y establecer vínculos con personajes que tuvieran *influencias* revolucionaria.

Mas esta vez los magnates se equivocaron rotundamente... y para siempre. Es el momento de las definiciones: El pueblo comprende que tiene lugar una revolución a fondo. Se ha puesto fin a la intervención del imperialismo yanqui en los asuntos internos de Cuba y existe un Poder Revolucionario, dirigido por Fidel Castro, que realiza cambios efectivos en nuestras estructuras sociales.

La revolución está en marcha. Los magnates ya no pueden jugar ni hacer anuncios. El pueblo está en el poder.

¿Y QUÉ SUCEDIÓ CON LAS EMISORAS DE RADIO Y LA FEDERACIÓN DE RADIOEMISORES DE CUBA?

Los acontecimientos se desarrollaron de forma escalonada:

1. El 12 de enero de 1959, por Resolución del ministro de Gobernación, comandante Luis Orlando Rodríguez, fue intervenido el Circuito Nacional Cubano y sus doce emisoras nacionales. Los interventores designados fueron los miembros del M-26-7, Armando León Acosta y Francisco Vilalta Cañadilla. Estos trabajadores del Circuito Nacional Cubano fueron los responsables de las células del Movimiento durante la lucha insurreccional en esta cadena nacional. La intervención, primera que se realiza en el medio radial, se debe a que el noventa y ocho por ciento de las acciones de esta cadena nacional pertenecían al dictador Fulgencio Batista y Zaldívar.
2. A iniciativas de Fidel y Raúl se crea el Frente Independiente de Emisoras Libres (FIEL), bajo la presidencia de José Ángel Serra Velazco, el 20 de marzo de 1960. El FIEL surge a la vida nacional como una necesidad urgente para la Revolución, pues era necesario destruir el monopolio que significaba la Federación de Radioemisores de Cuba. En la primera convención nacional que se celebra el día de su creación, el vice-tesorero, Eric Rojas, dice que el FIEL surge porque: «En una ocasión en que celebrábamos una reunión con el señor Director de Radio y los radioemisores, y que éste informara a los radioemisores de los planes del Ministerio de Comunicaciones de adecentamiento de la radiodifusión y la televisión cubanas, allí hubo de producirse algunos sectores radiales presentes en contra de las buenas intenciones de nuestro Gobierno Revolucionario.» Aunque el tiempo que estuvo en función fue relativamente corto, tanto su misión como la labor realizada fueron más que útiles como órgano de divulgación al servicio de la Revolución.
3. Por Resolución 907 de 5 de octubre de 1960, del Ministerio de Hacienda, se confisca el patrimonio de Abel y Goar Mestre Espinosa.

4. Por Resolución 1000 de fecha 11 de noviembre de 1960 del Ministerio de Hacienda, se designa interventor de los bienes de Abel y Goar Mestre al doctor Gregorio Ortega. Dentro de estas empresas y propiedades se encuentra el Circuito CMQ, Radio Centro S.A., Televisión Interamericana de Cuba, etcétera:
5. El 16 de noviembre de 1960, el Gobierno Revolucionario puso en manos del pueblo la totalidad de emisoras que operaban en nuestro país sesentiseis en total.
6. El 19 de marzo de 1961 se suprimen los anuncios en la radio y en la televisión.
7. El 24 de mayo de 1962 fue creado por la ley 1030, el Instituto Cubano de Radiodifusión (ICR), y publicada en la *Gaceta Oficial* número 108 de 6 de junio de 1962.
8. El 30 de noviembre de 1976, fue agregada, por la ley 1323, a la sigla ICR la T, que indica televisión.
9. Y por último, con la adquisición del complejo de emisoras se iniciaba en la radiodifusión nacional una etapa completamente nueva, cuyos objetivos serían el servicio del pueblo y la labor incesante por elevar su nivel cultural e ideológico.

LOS CINCO PILARES

ENRIQUETA SIERRA

Hija de un actor y pintor-escenógrafo, nació en un camerino del teatro La Caridad de Santa Clara, Las Villas, donde su padre había instalado el hogar mientras pintaba unos decorados, el 29 de julio de 1885.

A los dos años y medio ocurrió su debut teatral, con la zarzuela *La tempestad*, en la que salía en brazos de un artista. El primer papel hablado lo hizo a los cuatro años, en la obra *La choza del diablo*. Todo esto en el teatro «Albisu», en el que trabajaba su padre, el actor Antonio Sierra. En este teatro estuvieron hasta el año 1895, en que el Albisu cerró sus puertas; pasó entonces a la Compañía de don Luis Roncoroni, con la que inician una tournée por México y Centro América.

Estando en México, con sólo diez años, Roncoroni la escoge para sustituir a la dama joven, la que se había separado de la Compañía sin previo aviso. Durante esta gira estrena el drama *Los dos pilletes*, con el que conmueve al público, como protagonista del Fan-Fan.

De nuevo en Cuba, el 24 de marzo de 1898 la Compañía de Roncoroni se presenta en el teatro Irijoa de La Habana, actual Martí, con la obra de Pablo Giacometti *La muerte civil*, anunciándose a «la pequeña artista niña Enriqueta Sierra en el difícil papel de Consuelo».

Nuevas giras de la Compañía. Y cuando Enriqueta regresa a Cuba años más tarde, la damita joven se convierte en primera actriz, que pronto se hace predilecta del gran público en aquella Habana teatral del 1910. Su éxito le hace recibir ofertas para debutar en Madrid, pero la joven rechaza lo que era entonces

una consagración: actuar en España. Prefiere quedarse en Cuba para impulsar el teatro nacional.

Se inicia en esa época un movimiento literario que busca dar expresión propia a la escena habanera, dentro de los moldes tradicionales del drama. Impulsada por el catedrático Salvador Salazar, con el aporte de José Antonio Ramos y Gustavo Sánchez Galarraga, la Sociedad Pro-Teatro Cubano reunió a un grupo de intelectuales y universitarios, en el intento de crear una expresión teatral distinta al género «bufo» que impulsaban en el Alhambra, Villoch, los Robreño y otros autores, respaldados por la música criollísima de Anckermann, Mauri, Marín Varona y Palau.

La actriz se unió y aportó el prestigio y la popularidad de su nombre teatral, para estrenar piezas de noveles autores criollos a los cuales no se les abrían los escenarios, acaparados por las obras europeas de más atracción en la taquilla. Surgió luego la famosa temporada teatral que comenzara en el Politeama Chico (en la azotea de la Manzana de Gómez), y se continuara en el teatro Principal de la Comedia (antiguo coliseo de la calle de Las Ánimas), donde por varios años los habaneros conocieron todo el teatro que se escribía en esa época, en estrenos que se alternaron con tres primeras actrices: Enriqueta Sierra, Pilar Bermúdez, notable figura española radicada en Cuba; y Celia Adams, otra figura prestigiosa de la línea de artistas cubanas que responden a la tradición Martínez Casado-Adams.

Con la gran crisis económica de 1929 quedan cerrados todos los teatros. Para mantener a sus ancianos padres y a cuatro hijos, Enriqueta se busca la vida en distintos trabajos: de costurera, profesora auxiliar de corte y costura en una academia. Sale a vender de casa en casa pasadores, broches y baratijas de quincalla. Aprovecha sus conocimientos de maquillaje teatral para prestar servicios a domicilio como peluquera y peinadora, y encuentra sus clientes, precisamente, entre aquellas familias que visitaban su camerino cuando era ella una famosa actriz mimada del público. Más tarde, como ha aprendido a escribir en máquina para copiar y memorizar sus papeles teatrales, obtiene un puesto en el Ministerio de Hacienda, donde trabajará por más de 25 años.

En el año 1930 comenzó a dar clases de declamación en el Conservatorio González-Molina, donde obtuvo resonantes triun-

fos con sus alumnos en distintas representaciones teatrales: Principal de la Comedia, Martí, Campoamor, Tosca, y en varias instituciones culturales de aquella época.

Cuando surgen los primeros intentos radiales, la emisora CMCQ de La Loma del Mazo invita a Enriqueta Sierra a presentarse por primera vez ante un micrófono, y el éxito de la prueba da lugar a una serie de audiciones, en las que interpreta monólogos y libretos escritos por ella misma, bajo el seudónimo de Raúl Thierry. De esta forma, después de los de Acebal, sus libretos son los primeros escritos expresamente para la radio y, como ya se ha expresado en páginas anteriores, posiblemente sea Enriqueta Sierra la primera actriz que escribe e interpreta sus propios libretos para la radio cubana.

El 2 de marzo de 1931, el publicista Luis Aragón lanza al aire la *Hora Múltiple*, el primer espectáculo organizado con sentido radiofónico, por la CMX (Casa Lavín), y lleva como figura central y directora artística a Enriqueta Sierra, y a un cuadro de aficionados al teatro: Marta Azpiazo, Pablo Medina, Miguel Llao, Carlos Yrigoyen, Antonio Valladares y otros.

Cuando el 30 de octubre de 1931 se radia a través de la *Hora Múltiple*, por primera vez en Cuba, una comedia completa en tres actos en forma continuada, la interpretación y dirección de la misma es de Enriqueta Sierra. Se trata de la obra *Mamá*, de Gregorio Martínez Sierra.

Durante los seis años de vida de la *Hora Múltiple*, Enriqueta Sierra fue su figura central y directora artística; y cuando este espectáculo fue retirado sorpresivamente del aire, a mediados de 1937, y quedaron todos sus integrantes sin trabajo, la actriz pasa a la CMQ de Monte y Prado.

Aquí, Enriqueta inició una nueva experiencia radial: *La Novela Radiofónica*. Era la primera serie radial que dramatizaba novelas famosas, presentada en días alternos a las nueve de la noche, y causó sensación al transmitir una versión radial de *Cumbres borrascosas*, en los mismos días en que se exhibía en Cuba la película de Lawrence Oliver.

Cuando *La Corte Suprema del Arte* creó su gran hornada de jóvenes artistas, se designó a la actriz para dar lecciones de declamación y consejos de orientación profesional a las «estrellas nacientes», a la vez que se presentaba en los espacios profesionales del programa con libretos escritos por ella. Es así

como introduce el «skecht dramático» en nuestra radio, interpretando cortas escenas con los principales galanes de CMQ. Después, creó la famosa serie humorística *La familia Socarrás*.

Enriqueta Sierra no ofreció nunca un curso metodizado. Su didáctica emanaba del trabajo diario: enseñaba en la modesta sala de su casa, en los estudios, sobre los escenarios, en los pasillos de las emisoras. Lo mismo enseñaba a «colocar la voz» que a producir el efecto natural de la risa y el llanto. No fue una teórica del arte, sino una trabajadora del teatro que hizo un culto de la palabra compañero. Fue de las primeras en descubrir los matices sutiles y los recursos insospechados que ofrecía el micrófono, y al desarrollar el primer *estilo radial* que cautivó a las masas de oyentes cubanas, supo entregar su secreto a la juventud, inculcó su pasión dramática a toda una nueva generación y tuvo la rara habilidad de retirarse a tiempo. No actuó nunca ante las cámaras de televisión, y sólo realizó una aparición cinematográfica: en 1938 trabajó en la película cubana *Sucedió en La Habana*. Sus últimos trabajos en la radio los rindió como directora de programas.

No creemos haya existido otra figura que, como ella, sobrepasara los límites de nuestro medio, en un instante en que la radio daba sus primeros pasos. Donde el montar una escena u obra frente a un primitivo micrófono de carbón, sin haberlo hecho nunca y sin conocer su técnica, requería de unas condiciones naturales poco comunes en cualquier etapa. Y eso lo realizó Enriqueta Sierra a finales de la década del veinte e inicios de la del treinta, cuando, que sepamos, hasta ese momento ninguna mujer había escrito y dirigido programas dramáticos en la América Latina. A finales de 1929 dirige la primera adaptación radial de una obra teatral por la PWX de la Cuban Telephone Company.

Su manera de expresar, de llorar, de reír, la hicieron ocupar un puesto cimero en el recuerdo de varias generaciones de oyentes.

Su talento como actriz la hizo recorrer toda la gama de géneros, sin que su calidad se viera afectada por los años.

Enriqueta Sierra falleció el lunes 14 de octubre de 1974, a los 89 años de edad, pero como antorcha que alumbra los difíciles caminos del arte, seguirán oyéndose y viéndose figuras que como Raquel Revuelta, Rosita Fornés y Gina Cabrera, entre

otras, recibieron desde sus primeros pasos el consejo y la dirección de quien fue una actriz excepcional.

MARCELO AGUDO

Hijo de un sastre, aprendió el oficio por tradición familiar. Pero le gustaba el teatro y comenzó a hacer incursiones por las tablas, hasta que dejó la sastrería para hacerse actor profesional. En la compañía del famoso Rambal hizo sus primeras armas, para recibir el espaldarazo como caballero del escenario.

Hombre culto, gran lector, elegante, llevó su pasión por el teatro hasta la misma vida real, pues solía hablar y moverse como un personaje teatral. En las inflexiones de su voz había siempre la correcta impostación del actor. En sus gestos, recordaba siempre al *Don Juan* de Zorrilla, aunque no vistiera de capa y espada. Era el clásico artista del romanticismo finisecular, que llevaba ese aire novelesco sin pedantería, y un amigo correcto, afable, que ganaba la simpatía inmediata de cuantos le trataban.

Al surgir la radio, Agudo es de los primeros que se entusiasman con sus posibilidades; después de aisladas presentaciones, en abril de 1935 se asocia a Félix O'Shea, un publicista que también se apasiona por el nuevo vehículo, y pronto le salen al paso a la recién fundada *Hora Múltiple*, con una audición dominical de comedias identificada como *Riodifusión O'Shea*.

Frente al cartel de Enriqueta Sierra se pone el de su antigua rival de la comedia: Pilar Bermúdez, quien forma pareja con Marcelo Agudo y alcanzan una enorme simpatía entre los amantes del teatro que escuchan radio.

Esta actriz española había venido a Cuba muy joven, formando parte de una compañía donde sus padres eran actores principales. Identificada con el medio teatral de La Habana, pronto se ganó la simpatía de los asiduos al teatro, en aquella época en que los estrenos de una comedia o un drama significaban un acontecimiento, que reunía a un público numeroso y entendido. Pilar Bermúdez, con gran fibra dramática y una voz cálida que dominaba los matices escénicos, interpretaba sus personajes dentro del estricto molde castizo del teatro español. Su acento y pronunciación conservaron siempre el «aire» del más fiel teatro madrileño. Eso le ganó adeptos entre las numerosas

familias españolas que asistían a los teatros, en una época en que todavía quedaban resabios entre hispanos y mambises. Así, en la larga temporada del Principal de la Comedia, la Sierra y la Bermúdez (cubana y española), mantuvieron una rivalidad entre los públicos de una y otra tendencia, aunque ello no impidió que fueran buenas amigas y compañeras en sus muchos años de trabajo y se reconocieran mutuamente sus méritos.

Cuando Pilar llega a la radio con Marcelo Agudo, por vez primera en septiembre de 1934, la voz y dirección impecable de la pareja cautiva a los oyentes. El «hispanismo» de la actriz era un buen estímulo para conseguir patrocinadores, en aquellos años en que la radio se sustentaba con el aporte de la pequeña industria y el comercio que aún dominaban los intereses españoles.

Surgió con estos dos artistas de elevado estilo, el segundo cuadro radioteatral, al que se incorporaron Amparo Jordán y un grupo de figuras nuevas. Un actor español que llegó a La Habana de paso y se radicó como barbero, se integró a la radio con Marcelo Agudo: el fallecido Pedro Segarra. Un actor joven que había hecho de galán junto al gran Ernesto Vilches: Carlos Badías. Más tarde se añade al elenco un dependiente del comercio. Es un muchacho que vende trajes en la calle Galiano y toca el violín en el Cuarteto de Cuerdas de La Habana, tiene vocación de actor y ha hecho algunos papeles eventuales en la *Hora Múltiple*, por lo que obtiene un puesto fijo con O'Shea: Santiago García Ortega. Como dama joven debuta una desconocida jovencita que posee una voz de cálido timbre y un gran temperamento: Mercedes Díaz. La vida ligará luego esos tres nombres que llegan a ser parte de la historia de la radio.

Marcelo guía su cuadro: repasa cada papel sentado junto a cada personaje, entona, marca las pausas. Da empaste al conjunto y logra un ritmo que secunde la maestría con que él y Pilar Bermúdez llevan los protagonistas. Una serie de principiantes y actores noveles van haciendo su nombre junto al gran actor.

Será difícil superar el timbre, el matiz y la emoción que Marcelo Agudo logró darle a sus personajes. De aquel estilo aprendieron mucho los que luego fueron galanes favoritos del público radioyente.

Cuando ya *Radiodifusión O'Shea* se consolidó como fuerte rival de la *Hora Múltiple*, Pilar Bermúdez tuvo que retirarse de la radio por motivos de índole personal.

Se intentó entonces reunir a las dos atracciones de aquel momento radial: Enriqueta Sierra y Marcelo Agudo. Fueron presentados por O'Shea en un espacio estelar de los domingos por la tarde. Tras una corta serie de presentaciones, Luis Aragón reaccionó en defensa de su organización, Propagandas Múltiples, contratando los servicios «exclusivos» de la actriz. En cambio, Marcelo Agudo fue invitado a tomar parte en la *Hora Múltiple*, donde hizo varias actuaciones como primer actor.

Félix O'Shea, mientras tanto, ampliaba sus actividades, y abandonando las «horas» alquiladas en la CMCY de Autrán, se asoció de nuevo con Agudo, para tomar en arriendo una pequeña emisora: la CMK, en la azotea del Hotel Plaza. Allí organizaron una serie de audiciones durante la tarde y la noche, reanudando las comedias con Pilar Bermúdez.

Por esa época llegan a la capital dos modestos valores de la región oriental. Un actor genérico que ha creado varios tipos en la radio de Santiago de Cuba, entre los cuales se destaca el detective chino Chan-Li-Po. Y un pintoresco escritor y compositor oriental, poco conocido en La Habana, autor de los episodios: Félix B. Cagnet.

Recorren emisoras y visitan anunciantes, sin conseguir que nadie se interese por la idea de transmitir episodios de un detective chino. Luis Aragón los rechaza cordialmente, advirtiéndoles que él ha hecho la prueba y que a los oyentes no les interesa una serie en forma episódica. En ese momento se consideraba «la hora de radio» como una fórmula perfecta de atracción, variada y distinta cada día.

Por fin, y a modo de experimento, los admiten en la CMK Marcelo Agudo y O'Shea, que lanzan los episodios diarios de *Chan-Li-Po* en el turno menos favorable: las ocho de la noche. Precisamente la hora en que todos los radios se sintonizaban con *La comparsa* de Lecuona, tema musical que daba inicio a la *Hora Múltiple*.

No se revela el nombre del misterioso intérprete de Chan-Li-Po, para hacerlo más espectacular. (Aníbal de Mar es el actor oriental que introduce el tipo, con una voz que los habaneros no pueden identificar.) Carlos Badías y Mercedes Díaz cubren los papeles estelares, mientras Marcelo Agudo reserva su dicción impecable para ser narrador de los novedosos episodios. Y en unas semanas sucede algo imprevisto: toda la audiencia se

estremece con el espectáculo, se aferra a los receptores cautivada por aquel detective que repetía constantemente: «Tenga paciencia, mucha paciencia...»

Cuando la revista *Radio-Guía* se lanza a hacer un comentario desfavorable sobre algunos aspectos morbosos de los episodios, interviene sorpresivamente José Antonio Alonso, un locutor y recitador que tiene ya un nombre por haber actuado en varias audiciones y «horas» de música y verso.

Alonso, que es una figura independiente en esa fecha (lo que más tarde se llamó *freelancer*), se presentó espontáneamente una noche en la CMK, para exponer su pública defensa del programa y rebatir los puntos de *Radio-Guía*.

Llovieron las cartas de los oyentes respaldando a José Antonio Alonso, se entabla una polémica en la que el locutor leía diariamente las cartas del público y *Radio-Guía* trataba diplomáticamente de mantener una posición directa, sin ponerse frente a la audiencia. Todo esto levanta una ola de espectacularidad, que hace temblar a la *Hora Múltiple*, arrebatándole una primacía mantenida por seis años en el horario de las ocho de la noche.

Sin embargo, al surgir una desavenencia entre el autor Caignet y su intérprete, a los siete meses se termina el espectáculo. Y a finales de 1938, a punto de desaparecer el gran éxito por falta de un intérprete, el autor de este libro, entonces un modesto imitador, se vio imprevistamente ante los micrófonos de la COCO, en el espacio de *La Revista Llave del Aire*, junto a consagrados como Carlos Badías, Celia Adams, Caridad Bravo Adams, Luis M. Martínez Casado, Antonio Valladares, Pedro Segarra y otros, dándole una nueva personalidad al detective Chan-Li-Po, en la tercera etapa, que duró tres años.

Marcelo Agudo murió relativamente joven, en el instante que lograba un nuevo triunfo como protagonista de *El secreto de Sotomayor*, novela de continuidad que dirigíamos en la CMQ de Radio Centro, en la década del cincuenta.

Director inteligente, actor de fibra y maestro en la habilidad de comunicar su emoción a los artistas que dirigía, Marcelo Agudo abrió las puertas de la radio a muchos elementos jóvenes. Junto a Pilar Bermúdez dio a la radio grandes impulsos, y contribuyó con su arte a elevar el nivel de los primeros años.

EMILIO MEDRANO⁵¹

Otro de los cuadros dramáticos que inicia la era comercial es el que organiza Rufino Pazos, que desde 1932 presenta una «hora» en la CMCY de D. Autrán, la cual se distingue porque da preferencia al teatro lírico.

El tenor Emilio Medrano, que ha tomado parte en las primeras comedias de Enriqueta Sierra y Aragón, al ver las posibilidades del medio, se separa de ese primer grupo y asociado a la agencia Ideas Pazos, crea su propio cuadro, donde es el principal actor y director.

Después de varios años dirigiendo estas presentaciones, Medrano se independizó, para formar la famosa *Hora Bacardí*, por CMQ, ya en Monte y Prado, que marcó una etapa brillante como espectáculo variado. Su tema de *La bella cubana* y la voz de su animador, Matías Vega Aguilera, fueron por mucho tiempo un símbolo en el favor de los oyentes. Con el actor *Paco Lara*, Medrano formó un dúo cómico: «Los dos Sordos» y, posteriormente, al presentar a la famosa pareja de cine *Mapy* y Fernando Cortés, en una serie de diálogos cortos y picarescos, quedó establecido el género de *skecht*, que escribía el propio Medrano; fue ese el primer programa del tipo de *vaudeville* hecho en la radio.

Años más tarde, retirada la famosa *Hora Bacardí*, Medrano, contratado directamente por CMQ, se hizo cargo del *Rincón Criollo*, espectáculo matinal donde se unió a la actriz Sol Pinelli, figura ya muy destacada en los programas de CMQ. Crearon dos tipos de guajiros, con diálogos de actualidad, que durante muchos años gozaron de enorme audiencia.

Muchas de las figuras nacientes de aquella época encontraron oportunidad de consagrarse con el estímulo y orientación de Sol Pinelli, compañera cariñosa y jovial de todos los noveles, y Emilio Medrano, cuyos grandes conocimientos de canto aprovechaban los principiantes.

51 Abandonó el país después del triunfo de la Revolución. El análisis de su participación en la radiodifusión cubana aparece en este libro, por razones de veracidad histórica.

GUILLERMO DE MANCHA

Este notable actor español llegó a Cuba, con una de aquellas compañías que hacían *tournee* por la América, en los tiempos en que La Habana era un gran centro teatral. Como muchos otros artistas, se asimiló al ambiente criollo y se radicó para siempre como un habanero más.

Con figura elegante, talento dramático y un profundo conocimiento de los recursos profesionales, fue un primer actor brillante de la época teatral que pronto se sumó al movimiento radial de la década del 30.

En 1930, en la CMK del Hotel Plaza, Guillermo de Mancha y la actriz española Antonia Herrero habían interpretado, en la hora que patrocinaba don José Giralt, la primera radio-Comedia, escrita por Franco M. D'Oliva, en la que se utiliza la técnica radial, titulada *En las costas de Bretaña*.

En octubre de 1934 Propagandas Joffre, otra empresa de publicidad radio-teatral que surgió a competir en las ondas, llevó a Guillermo de Mancha como director y figura principal de sus transmisiones por CMX Radio Lavín, cuando Luis Aragón abandonó esa emisora para instalarse en CMW, la voz de las Antillas.

Mancha lanzó una nueva actriz joven: Marta Martínez Casado⁵²
Guillermo de Mancha, al dejar el aire el grupo de radio-

52 Marta Martínez Casado. Hija de Celia Adams. Marta pasó de una eventual dama joven en la *Hora Múltiple*, a la categoría estelar de protagonista y primera figura femenina del Cuadro Joffre. Apenas una chiquilla de 16 años, Marta fue la primera actriz que se hizo estrella dentro del propio medio radiofónico, sin traer una ejecutoria del escenario, aunque la respaldara la tradición teatral del apellido. Contratada años después por la firma Crusellas, obtuvo éxito resonante con la famosa novela *Ave sin nido*, de la que fuera protagonista, primera novela original de continuidad escrita para la radio, por Leandro Blanco, cuya trascendencia continental dio motivo a que se llevara su argumento a una película rodada en México. Separada de la firma Crusellas, por desavenencias, fue contratada por la firma competidora, Sabatés, y formando la primera gran *pareja romántica* con el galán Ernesto Galindo (alejado de Enriqueta Sierra por la supresión de la novela radiofónica de CMQ), los dos artistas iniciaron la primera serie radial con valores nuevos que no procedían del teatro, sino que se habían *hecho en la radio*. La popular *Novela del Aire*, con adaptaciones de Caridad Bravo Adams, marcó definitivamente el colapso del género de comedia española, para abrir en la Cadena Azul el gran ciclo de la novela radial.

teatro de Joffre, pasó también a la Cadena Crusellas, debutando en CMQ como director de una espectacular serie de episodios de gangsters, con libretos importados de Estados Unidos de Norteamérica (traducidos por *Cuco* Menéndez, que luego fuera jefe de Radio Sterling Products con la Cafiaspirina). En esta serie, titulada *Gang Busters*, la Colgate intentó introducir en el medio cubano sus libretos yanquis, experimento que no dio resultado ante el empuje de nuestra propia expansión criolla.

Sin embargo, la presencia de Mancha en la CMQ fue favorable para muchos artistas jóvenes. También dio esporádicamente clases de declamación; orientó a los noveles y contribuyó con su habilidad en la dirección a consolidar los valores de la *Corte Suprema del Arte*.

Guillermo de Mancha tenía todas las grandezas y los defectos del viejo cómico español. Era a veces cordial y expansivo; otras, intransigente. En 1937 fue presidente de la Asociación de Artistas y su actuación sindical no fue digna de sus méritos profesionales, caracterizándose por la indisciplina y el desorden administrativo, sin ninguna ventaja para el sector artístico.

Pero en su trabajo profesional fue actor brillante; director eficiente y, por encima de aquellos errores que pudo tener (producto de la antigua escuela de la farándula), dio a los jóvenes su experiencia y ganó un puesto en el recuerdo, como uno de los que forjaron nuestra radiodifusión.

Guillermo de Mancha murió en plena actividad profesional. Dirigía y protagonizaba en la CMQ de Monte y Prado el espectáculo de continuidad titulado *Fu Man Chu*. A su muerte, lo sustituimos en la interpretación del odiado personaje.

LUIS MANUEL MARTÍNEZ CASADO

Luis Manuel Martínez Casado nació en Santiago de los Caballeros, Santo Domingo, el día 15 de diciembre de 1900.

Es hijo de don Manuel Martínez y de doña Celia Adams, dos artistas que dedicaron toda su vida a dar prestigio al sector artístico y a Cuba. Y como dijera en una charla ofrecida en el Ateneo de La Habana en junio de 1944:

Miembro de una familia dedicada por entero al arte escénico, me interesé en el aprendizaje de aquella ciencia sagrada, sagrada sí, pues que tiene su origen religioso; aquella ciencia que me facultaría en su día, para yo también officiar ante el altar de Talía la risueña, o ante el ara de Melpómene la llorosa.

Aprendí que en el Teatro todo ha de ser disciplina: disciplina de conjunto, que armonice los factores todos que concurren y se aunan en la representación; disciplina individual que faculte al actor para dar lo preciso en el momento preciso.

Aprendí que para obtener, digamos, la tonsura, esto es: las ordenes menores, hacía falta estudio y adiestramiento, la investigación y ensayo. Que en el Teatro no basta poseer facultades, hay que saberlas administrar.

Que el arte del teatro requiere: observación, aprendizaje, cultura. Un bagaje imprescindible que muchos, porque pesa, han echado por la borda.

De niño asistía, espectador alerta, con los ojos sin párpados, a las representaciones de aquella gran Compañía Dramática que llevó el apellido Martínez Casado por todos los pueblos de habla castellana.

Y vi las actuaciones de aquella damita joven que se destacara en el Arturo de *Amor de madre*, la Enriqueta de *Mancha que limpia* y la protagonista de *María del Carmen*. Esa damita joven alcanzó, a su tiempo, el rango de primera actriz meritísima y es hoy destacada actriz de carácter de la radio Nacional, estimada por la nación, querida por todos: es Celia Adams, mi madre.

Cuando yo tenía 10 años, ya había viajado por toda nuestra América, y a esa edad, puedo decir que ya tenía repertorio.

Luis Manuel estudió en la Universidad de La Habana la carrera diplomática. Sin embargo, no ejerció como tal, sino que como también era contador, comenzó a trabajar en un banco. Sus primeras incursiones literarias las hace en periódicos y revistas: cuentos, poemas, poesías y conferencias son publicados en Cuba y España.

El 28 de junio de 1929 contrae matrimonio con Delia Margarita Torralbas y Fernández Ledón, perteneciente a una

familia cienfueguera. Era una joven con aficiones al teatro; sin embargo, no fue hasta después de casada que subió a un escenario, y bajo la dirección de Luis Manuel. Ya como actriz tomó el nombre de Margot Torralbas. Así hizo su aparición por vez primera en la radio cienfueguera junto a Luis Manuel. De esta unión nacieron tres hijos: Ana Margarita, Luis y Manuel.

Luis Manuel se inició en la radio en 1930 en una emisora agramontina, dando charlas por la CMJA. En la CMHJ de Cienfuegos, a mediados de la década del 30, colabora como escritor, director y actor. Entre lo más destacado de su producción de esta etapa están sus *Operetas sintéticas*. Aquí crea sus primeros cuadros de comedias. Más tarde, La Casa Radio Electric instala la emisora CMHX.

Desde su inauguración, Luis Manuel dirige y administra la planta y confecciona toda la programación. Aquí desarrolla el espectáculo donde con más lucimiento actuó y dirigió: *El Teatro del Aire*, uno de los cinco pilares de nuestra radiodifusión.

Por aquella época, los medios técnicos eran muy limitados. Los efectos estaban en su fase primaria y la fuerza del espectáculo residía en la «obra». Cuando decimos en la «obra» queremos decir en la letra, en el diálogo, en el contenido y en los intérpretes. A estos últimos Luis Manuel acredita los éxitos. Aunque los actores no eran artistas profesionales, sino aficionados con sensibilidad, facultades y buen gusto, bajo su hábil dirección llegaban al oyente cual si fueran personajes de la vida real. Muchos de estos actores aficionados, posteriormente nutrieron los distintos elencos de la radio nacional.

En el interior de la Isla, Luis Manuel desarrolló las mismas iniciativas que con tanto éxito llevara a feliz término Luis Aragón con su *Hora Múltiple*. Fue en el interior lo que Aragón, Joffre y O'Shea fueron en La Habana: propulsor del programa artístico con raíz en el teatro. Y, como Marcelo Agudo, Guillermo de Mancha y la benemérita Enriqueta Sierra, laboró incansablemente al frente de conjuntos artísticos que mantuvieron el amor al teatro, su interés por él entre la familia cubana, precisamente en aquella etapa en que el teatro legítimo era expulsado de los escenarios. Y, como él dijera en la charla anteriormente mencionada:

Así como la cultura de Europa cuando fue perseguida hasta el exterminio, buscó un refugio, que halló en los Conventos, hasta esperar su hora del Renacimiento, luminosa, así también el Teatro, en su época amarga, en su época triste «del mal amigo», del desaire y la mirada despreciativa, halló su refugio en el recinto de la Radio, y no para mantenerse oculto, sino para gritar por las antenas libres, su fe de vida, para continuar su labor pedagógica, capaz de interesar y conmover y mejorar, en cada lección de las suyas, a grandes núcleos de seres ávidos de enseñanzas buenas.

En 1936, Luis Manuel pasa a residir en La Habana. Luis Aragón, que conoce su calidad y dominio del medio, lo sitúa en la emisora CMBC del Progreso Cubano, y pone en sus manos la dirección del cuadro de Comedias de *Un Programa Múltiple*, con Marta Martínez Casado —hermana de Luis—, de protagonista, donde se inicia el primer actor, ya fallecido, e intérprete estelar del teatro, la radio y la TV, Eduardo Egea.

En 1938 lo encontramos dirigiendo para la revista *Llave del Aire*, en la COCO, el *Chan Li Po*, de Félix B. Caignet, que protagonizamos en esa tercera etapa. De Luis Manuel aprendimos mucho.

Ya en 1940, cuando pasamos a la RHC Cadena Azul, Luis Manuel colabora allí como asesor, actor, director y escritor. De esta etapa recordamos: *Manuel García*, *Tamakún*, *La Novela del Aire*, y otros muchos que harían la lista interminable, en los cuales su intervención, o bien como actor o como director, fue más que destacada. Queremos señalar, en honor a su talento, que es el actor que más tipos ha creado en el medio radial, lo que lo ha hecho acreedor a infinidad de premios. El viejito don Crispín y Saquiri el Malayo, son más que suficientes para aquilatar la calidad histriónica de un consagrado en nuestro medio. Luis M. Martínez Casado fue delegado de artes dramáticas del Ministerio de Educación en los institutos de segunda enseñanza, escuelas normales, profesionales de comercio y primarias. También actuó y escribió para la CMZ del Ministerio de Educación.

Al triunfo de la Revolución, Luis Manuel pertenecía al elenco de CMQ y se integró al primer grupo de maestros que fue a San Lorenzo, provincia de Oriente, a organizar el primer

grupo de maestros primarios. Ya retirado, continúa actuando, impartiendo clases y dando conferencias, al igual que lo hacía en sus inicios por la CMJA. Luis Manuel muere el 1ro de enero de 1988.

FORJADORES

LUIS ARAGÓN⁵³

Primer publicitario que comprendió el alcance de la radiodifusión, y desde su inicio trató de encauzarla con fórmulas, técnicas y valores culturales.

El 2 de marzo de 1931, cuando las emisoras sólo lanzaban al aire motivos musicales y algunas charlas, sin método ni planificación alguna, Aragón crea el primer espectáculo, *Hora Múltiple*, y logra encerrar dentro de una hora de audición todos los elementos que van a construir el «programa variado», en una fórmula que ha permanecido inmutable por más de 40 años. Escogió como tema musical *La comparsa*, de Ernesto Lecuona, y se transmitió durante 6 años y 4 meses.

Luis Aragón explicó:

«La Hora Múltiple» se inició en el aire con lo que denominé un «Concurso de Caricaturas». Llamó la atención esto de las caricaturas por radio y obtuvimos lo que puede considerarse como el primer éxito de la «Hora Múltiple». Trátase de unas semblanzas o siluetas en versos de personajes populares, haciendo resaltar a grandes rasgos las características de la figura caricaturizada. El público tenía que descifrar la incógnita de cada silueta y se ofrecieron distintos premios en una serie de Concursos.

53 Abandonó el país después del triunfo de la Revolución. El análisis de su participación en la radiodifusión cubana aparece en este libro, por razones de veracidad histórica.

En ese primer Concurso declararon que habían tomado parte 300 personas. El premio que se ofrecía era un banquete. Y, al efecto, el día 7 de mayo de 1931 se efectuó ese banquete en el café La Isla, con la asistencia de 60 comensales y los cronistas radiales. Fue la primera vez en Cuba que se reunían en un acto de ese tipo, oyentes y personal de un programa.

De todas las semblanzas hechas, ofrecemos dos ejemplos:

*Ídolo, salió de Francia;
lo reveló el vitaphón
exhibiendo su elegancia
y el alma de su canción.
Conquistando por doquier
con el pajilla de lado,
es el artista mimado,
hoy por hoy, de la mujer.*
(9 de marzo de 1931)
Respuesta: Chevalier.

*Aunque con los reyes juega
y a reyes ha destronado,
la corona se le niega
a devolverle el reinado.
De estrategia es un primor,
en la lucha es el primero,
y vencido o vencedor,
«tiene rabia en el tablero».*
(13 de marzo de 1931)
Respuesta: Capablanca.⁵⁴

Entre los muchos aportes que pueden acreditarse a Luis Aragón, figuran las comedias y dramas adaptados con sentido radial (radioteatro); las primeras transmisiones con efectos de sonido, estrenando una «comedia sincronizada»; el empleo de

⁵⁴ Tomado de: Programa souvenir del beneficio a los artistas de la *Hora Múltiple*. Sábado 29 de abril de 1933, p. 27.

dos voces en los comerciales, y otras iniciativas que harían la lista demasiado extensa. Cosas que hoy nos parecen naturales y rutinarias, pero que no se hacían en los primeros tiempos, y fueron introducidas en el ambiente por los pioneros de la radio.

Su técnica consistió en combinar temas de cultura con el motivo espectacular. En la *Hora Múltiple* se dio cabida permanente a la poesía, la música de cámara —interpretada por el Conjunto Múltiple, integrado por Amadeo Roldán, Alberto Roldán, José M. Pacheco y Pablo Miguel—, y las charlas literarias. Fue el primer vehículo que llevó a las ondas los valores intelectuales de su época, de diversas tendencias: Jorge Mañach, Carlos Robreño, Ofelia Rodríguez Acosta, entre otros, quienes disertaban en el programa en días alternos. Estableció la relación entre el oyente y el artista, encuentros personales que contribuyeron a crear un interés permanente y masivo por el espectáculo.

El 23 de diciembre de 1932 celebró en el estudio de la CMW la boda civil de Los novios del radio, hecho sin precedentes en la ciudad de La Habana, en que culminara el «Concurso del Matrimonio», de la *Hora Múltiple*. Dijimos «en la ciudad de La Habana», ya que con anterioridad (aunque no se trataba de un concurso), el 8 de octubre de 1932 se casa ante los micrófonos de la CMKA en Santiago de Cuba, el locutor y animador Gabriel Trembles con la señorita Antonia Olmo Mendibur. Hasta el presente, esta es la primera boda radial de un compañero del sector celebrada en nuestro país.

En diciembre del propio año, como parte de la promoción del Concurso, presentó por primera vez en Cuba una obra rusa: *El Matrimonio*, de Nicolás Gógol. Éste era su estilo de ligar las cosas más disímiles, en busca de una espectacular originalidad. Posteriormente se llevaba a las ondas *El que recibe las bofetadas*, de Andreiev, y *El primer destilador*, de Tolstoi, obras que si bien pertenecen al ciclo clásico, no dejaban de ser «teatro ruso» que se lanzaba al aire en plena dictadura de Machado. Durante la revolución del 33 creó el personaje Don Cornelio —interpretado por Antonio Valladares—, que tuvo una resonancia en la radio comparable, en la sutileza y fuerza de ataque, al famoso Bobo de Abela de la prensa.

Presentó por primera vez en Cuba, en una transmisión directa, a la Orquesta Filarmónica de La Habana que, dirigida por

Amadeo Roldán, interpretó (estreno en Cuba), el *Bolero*, de Ravel. La ejecución hubo que realizarla en la azotea y al aire libre, pues el estudio de CMW no tenía entonces capacidad para alojar una Orquesta Sinfónica completa.

Cantantes líricos y populares, nombres consagrados y figuras desconocidas, encontraron en la *Hora Múltiple* un camino para llegar al pueblo.

El 8 de marzo de 1936 se estrenó en la *Hora Múltiple* la primera ópera escrita para la radio en nuestro país. Fue *Rosario*, ópera en un acto de Santos Menéndez, instrumentada y dirigida por el maestro José M. Pacheco. La interpretaron María Fantoli, *Panchito* Naya y V. Llamazares.

Tras el ciclo de la *Hora Múltiple* —programa sobre el cual se moldearon todos los espectáculos de radioteatro surgidos en la época—, Luis Aragón se anotó la iniciativa de la primera serie novelada. Fue también creador de *La Bolsa del Saber*, uno de los primeros paneles radiales y, sin lugar a dudas, el más escuchado, por el interés cultural y la amenidad que le diera como director y animador.

Cuando desapareció la *Hora Múltiple*, a mediados de 1937, Luis Aragón es nombrado, en el mes de diciembre del propio año, director de la emisora El Progreso Cubano. Después pasó a ser Jefe de propaganda de la firma Sabatés S.A. Terminado el compromiso con la firma jabonera, Aragón continuó al frente de su publicitaria, Propagandas Múltiple, empresa fundada en 1921.

Fue la única y la primera en Cuba dedicada exclusivamente a la publicidad radial, hasta 1935. Desde 1921 con anuncios en diarios y revistas; desde 1931, en la radio.

En 1939 realiza un concurso radioteatral, para encontrar nuevos valores, y patrocinado por Los Precios Fijos comienza a transmitirlo por la CMQ, utilizando a Otto Sirgo como animador. A su vez crea *La Novela Radial* de Los Precios Fijos, dirigida por Enriqueta Sierra, dando inicio así a ese género al que a veces llama «radio-novela».

En agosto de 1939 trasmite la radionovela *Traición*, original del escritor Eduardo Zamacois. Más tarde se trasmite en el propio espacio, *Hija de héroes*, *Sin novedad en el frente*, y otras.

En el concurso radioteatral que efectúa, ganó un primer premio la actriz Elvira Cervera, quien con anterioridad había

triunfado en un concurso de aficionados creado por Luis Manuel Martínez Casado y dirigido por su hermana Marta, en el Progreso Cubano. Elvira debutó en el mes de noviembre de 1939 en *La Novela Radial*, bajo la dirección de Enriqueta Sierra quien, además, le impartió clases. Fue la primera concursante seleccionada para ingresar en *La Novela Radial*. Es decir, fue la primera aficionada que pasó a profesional dentro del género de novela a través de un concurso.

Al principio, el escritor Reinaldo López del Rincón fue el encargado de adaptar las obras para *La Novela Radial*.

Cuando Luis Aragón pasa a la RHC Cadena Azul, producto de la fusión de ambas emisoras, se lleva el espectáculo, transmitiéndolo a las 9:30 p.m. los lunes, miércoles y viernes, bajo la dirección de Enriqueta Sierra, y patrocinado por los laboratorios Seydel, productos de belleza. En cuanto al concurso radioteatral, pasa a transmitirse los domingos a las 9:30 p.m.

Es decir, que al fusionarse la RHC con la Cadena Azul, e ir de director del cuadro de comedias el tenor Juan Pulido, y desligarse Luis Aragón de la CMQ, la idea de *La Novela Radial* se desarrolla en la RHC con la colaboración de éste.

Es el instante en que surge, el 26 de mayo de 1941, *La Novela del Aire*, patrocinada por Sabatés S.A., escrita por Caridad Bravo Adams y dirigida por Luis Manuel Martínez Casado.

Este hecho marca el inicio de la novela radial de lunes a viernes, que poco a poco van imitando el resto de las emisoras, y que rápidamente se difunde por toda la América Latina.

El título que creó Luis Aragón, con una ligera variante, lo utilizó más tarde Crusellas y Compañía hasta el triunfo de la Revolución: *La Novela Radial* del Jabón Candado.

Es Reinaldo López del Rincón, con su novela *Por la ciudad rueda un grito*, quien hace que Crusellas y Compañía amplie con el tiempo el género de la novela.

Luis Aragón, en la RHC, tuvo como socio a su antiguo competidor Félix O'Shea, y al ingeniero Autrán, antiguo dueño de la CMCY, donde comenzara la competencia. Los tres se asociaron al ingeniero Cristóbal Díaz, que como presidente de la RHC logró más tarde la fusión con Amado Trinidad, para dejar establecida la RHC Cadena Azul como primera cadena nacional telefónica.

Durante los años que Enriqueta Sierra dirigió el cuadro de comedias de la *Hora Múltiple*, Luis Aragón, las veces que trabajó como actor, lo hizo con el seudónimo de A. Rius Nogal.

RUFINO PAZOS

Rufino Pazos Hernández nació en La Habana el día 5 de enero de 1888. Desde muy joven escribe versos; más tarde se hace periodista. A principio de la década del veinte se dedica a la publicidad. Por esa fecha, la prensa escrita está a la cabeza de los medios de difusión masivos.

El dibujo en periódicos y revistas populariza una serie de nombres, como García Cabrera y *Lillo*, dibujantes que marcaron un estilo dentro de una época, y que trabajaban a las órdenes de Pazos en una modesta pero dinámica Agencia de Publicidad, que él tituló Ideas Pazos.

En 1926 el país pasa por una crisis económica, donde más de un pequeño capital se perdió por la paralización de todo tipo de negocios, y la publicidad Ideas Pazos se vio en la necesidad de cerrar por falta de anunciantes.

Rufino Pazos, hombre inquieto, cuyas brillantes ideas lo llevaron a ponerle el nombre a su publicitaria —ya que él decía «Vender ideas y no anuncios»— ante el éxito de la *Hora Múltiple* y su cuadro de comedias, debuta en el mes de abril de 1932 por la emisora CMCY de Autrán. De lunes a sábado, transmitía comedias, muchas de las cuales adaptaba. El cuadro dramático lo dirigía el actor español Alejandro Garrido, alternando con Emilio Medrano.

El 1ro. de agosto de 1932 inicia la programación de operetas y zarzuelas, con la conocida obra *La princesa del dollar*, bajo la batuta del maestro Gonzalo Roig.

Rufino Pazos es el primero en transmitir en nuestro país un programa de zarzuelas los domingos a las 9 p.m. para que el tenor Emilio Medrano, quien con anterioridad formara pareja con Enriqueta Sierra en la *Hora Múltiple*, las dirigiera.

Más tarde el *Radio Teatro Ideas Pazos* pasa a la CMQ de la calle 25 entre 6 y 8, el cual se convierte rápidamente en el preferido de los radioyentes.

La etapa de mayor popularidad fue a partir del 4 de junio de 1938, cuando inauguró la CMBQ, emisora de su propiedad,

cuyos estudios, situados en los bajos del Centro Gallego, mantuvo llenos noche a noche, hasta el 1942, en que quebró, tratando de mantener una programación cuya nómina era incosteable en su afán de elevar cada día más la calidad, teniendo en cuenta la competencia de emisoras como la RHC Cadena Azul que inicia la etapa de los altos sueldos obligando así a subir la oferta del competidor.

A *Radio Teatro Ideas Pazos* cabe el honor de estrenar en Cuba la zarzuela *Luisa Fernanda*, con el siguiente elenco: Augusto Ordóñez, Maruja González, *Panchito* Naya, Alberto Márquez y Yolanda Franco. Quince coristas completaban el elenco, cuya orquesta acompañante —de veintidós profesores— la dirigía el maestro Roberto Ondina, considerado uno de los mejores flautistas de Cuba.

Entre las figuras que pasaron por sus programas —dramáticos y musicales— se recuerda el recitador, actor y más tarde director, fallecido en Caracas en 1953, Eduardo Casado, como artista exclusivo; Guillermo de Mancha, Marcelo Agudo, Enriqueta Sierra, Pedro Segarra, Agustín Campos, Carlos Badías, Eva Vázquez, *Cuca* Vázquez, Tomás Cuervo, Pilar Fernández, Emma Telmo, Eugenia Zúffoli, Ernesto Vilches, Esperanza Iris, la llamada *Emperatriz de la Opereta*, *Paco* Salas, actor y tenor cómico, Hipólito Lázaro, Esther Borja, Mercedes Menéndez, Elena Bolaño y otros nombres que harían la lista interminable. Junto a este elenco, debutó el locutor y narrador Enrique Navarrete, cuya voz estuvo identificada al *Radio Teatro Ideas Pazos* hasta la desaparición del espectáculo. Es interesante decir que en las zarzuelas, ante la dificultad que tenían los cantantes al interpretar el texto dramático, este era doblado por los actores.

En 1954, trasmitiendo desde la Casa Lavín, sale al aire por última vez el *Radio Teatro Ideas Pazos*, después de diez años de ininterrumpida labor y doce de cortas temporadas, cuyo *slogan* de: «El Radio Teatro Ideas Pazos no trabaja por amor al arte, pero pone amor y arte en su labor», aún se recuerda hoy día. Al triunfo de la Revolución, Rufino Pazos, ya prácticamente sin recursos, inaugura una hora en la CMBY y trasmite un programa que él titula *Recordando el pasado del Radio Teatro Ideas Pazos*, con grabaciones de operetas y zarzuelas.

El programa estuvo en el aire de 1960 a 1962, en que Pazos se retira de toda actividad radial, para dedicarse a la confección de un libro de versos: *Semblanza humana*.

Hay quien dice que *Radio Teatro Ideas Pazos* fue el cuadro de comedias más antiguo, es decir, el primero; sin embargo, nosotros decimos que no fue el primero, pero sí el que más tiempo estuvo en el aire. Su fundador, y primero dentro de su especialidad, fue un hombre que lo entregó todo, años, esfuerzo y capital, en aras de la radiodifusión. No importaba a cuánto ascendían los gastos si se trataba de brindarle al radioyente la última variedad de paso por nuestro país. Esa fue su mayor satisfacción cuando cuarenta años después, con la sonrisa en los labios, nos repite en pasado el *slogan* que creó en presente: « El Radio Teatro Ideas Pazos no trabajaba por amor al arte, pero puso amor y arte en su labor.»

FRANK H. JONES

Frank H. Jones nació en Chicago, Illinois, Estados Unidos de Norteamérica, el 12 de diciembre de 1878, donde pasó su niñez soñando con globos dirigibles y la telegrafía. Estudió ingeniería eléctrica, y comenzó su vida trabajando con algunas de las empresas eléctricas más grandes de su país. Se casó a la edad de 21 años y tuvo dos hijos, Stanley y Leonard, y a la edad de 30 años tuvo sueños de convertirse en un rico colono en la Perla de las Antillas, estableciéndose en Barttle, provincia de Oriente, en el negocio de maderas y cultivo de toronjas y naranjas. Todo esto estaba muy bien, pero la fiebre de electricidad le atacó de nuevo, y se encargó de electrificar el central Washington, en Manacas, Las Villas, y más tarde el Central Tuinicú y otros centrales de la Rionda Sugar Co., permaneciendo en Tuinicú como ingeniero electricista, donde comenzó a darse a conocer en el mundo entero por su trabajo en radio. Al instalar la planta eléctrica de dicho central, en 1912, tuvo buen cuidado de que hubiera la suficiente energía eléctrica para operar un trasmisor de chispa de dos kilovatios, con una antena Marconi de seis alambres de doscientos pies de largo entre cada aislador, instalada desde la torre de enfriamiento del central, a doscientos pies de altura, al soporte de antena más próximo. Esta señal que

se generaba con la idea de establecer contacto con otras plantaciones azucareras, era escuchada con claridad a varias millas de distancia. En esta época, la señora de Frank tuvo un tercer vástago, Vicent, a quien apodaron *Kilovattios*, quien luego seguiría los pasos de su padre.

La Primera Guerra Mundial paralizó temporalmente sus actividades en radio.

En septiembre de 1922, Mr. Jones comenzó de nuevo a enrollar bobinas, y con tubos al vacío construyó uno de los primeros transmisores de telefonía en Cuba, de tipo experimental. El 9 de marzo de 1923 inaugura su emisora oficialmente, con el indicativo 6KW, en 372 metros, radiando informes del tiempo, música de orquestas locales y discos de fonógrafos, con el tema *If you hear the COO of the COOCOO, you are in tune with Tuinicú.*

Mr. Jones recibió reportes de haber sido escuchada su 6KW en todos los Estados Unidos de Norteamérica, Canadá, Centro y Sur América, y en muchos barcos en alta mar. En esta época construyó dos torres para su antena, de ciento veinticinco pies de alto, a doscientos cincuenta pies de separación entre sí. En aquella época acusaba recibo de todos los reportes de recepción que le enviaban, mediante un folleto con fotografías de Tuinicú y una descripción de la estación 6KW, así como una descripción del Central Azucarero, su funcionamiento y otros detalles de interés, tales como, por ejemplo, una corta lección de español.

Compuso una canción llamada *Tune in Tuinicú*, que imprimió con música para piano, así como un disco fonográfico de la misma, que enviaba como *souvenir* a todos los que la solicitaban. Era muy corriente para Mr. Jones recibir centenas de cartas, tarjetas postales y *souvenir* de fanáticos entusiastas y de radioescuchas de DX. A petición expresa, también radiaba programas especiales a ciertas horas, para clubs de radioescuchas de DX.

Cuando las transmisiones comerciales de New York comenzaron a utilizar la onda corta, Mr. Jones instaló una antena rómbica, de cuatrocientos cincuenta por doscientos pies diagonales, para recibir algunos programas escogidos y radiarlos de nuevo a través de la 6KW, que le sirvió de antena direccional para uso *amateur* en contacto con todo el mundo, con las letras de llamadas CM6XS, CO6OM, y CO9XX, granjeándose ami-

gos en todo el mundo, muchos de los cuales le visitaron en Tuinicú, y, todos los años, Mr. Jones acostumbraba igualmente visitar numerosos amigos en Cuba y los Estados Unidos de Norteamérica.

A raíz de comenzar Mr. Jones a trabajar radio-afición, su hijo Leonard obtuvo su licencia en New York, con las letras W2JHJ, pudiendo así celebrar comunicaciones casi diarias en diez y veinte metros, y permitiendo de esa manera que los abuelos hablaran con sus nietos y otros parientes y amigos.

En 1928 construye el primer receptor de televisión de sincronización mecánica que se hace en Cuba y recibe las primeras señales de televisión emitidas en treintiún metros por la estación de la General Electric en Schanatedy, en New York.

En la década del treinta, Mr. Jones, con otros asociados, estableció dos de las mejores radioemisoras comerciales de Cuba, CMJK y COJK, en Camagüey, que continuarán conteniendo los ideales de Frank H. Jones, bajo la competente guía de su hijo más chico, Vicent. Mr. Frank H. Jones falleció el 20 de marzo de 1941, en Tuinicú; fue enterrado en Sancti Spíritus, en cuyos alrededores pasó la mayor parte de su vida.

Los datos para confeccionar esta biografía nos fueron entregados por el hijo de Frank H. Jones, Vicente.

Hecha esta aclaración, queremos destacar que toda la labor realizada por Frank H. Jones estuvo dirigida, en la etapa de 1922 a 1929, a los oyentes norteamericanos.

Todas sus transmisiones eran en idioma inglés y siempre actuó como locutor de su pequeña emisora, la que construyó, a diferencia de los radioaficionados cubanos de aquella época, con el respaldo de la General Electric, que le enviaba periódicamente todo género de aparatos y piezas de repuesto.

Por otra parte, Jones enviaba a la compañía todo tipo de invento o innovación con conjuntamente con planos e ideas de aparatos, para que ésta los probara y modificara de ser necesario. Es decir, que durante toda la etapa artesanal fue un privilegiado, una inteligencia norteamericana al servicio de los intereses norteamericanos, aunque residía en Cuba. No queremos restar méritos a la labor realizada en el campo de la electrónica por el ingeniero Frank H. Jones, pero sí destacar la obra anónima de los radioaficionados cubanos, que sin ayuda

de ninguna clase, con su peculio particular, trabajaron en aras del desarrollo de nuestra radiodifusión.

MANOLÍN ÁLVAREZ

Manuel Álvarez Álvarez (*Manolín*) fue para Caibarién lo que Félix B. Cagnet para Santiago de Cuba.

Nació en Asturias, España, el día 28 de septiembre de 1891. En 1905 llegó a Cuba, y fue a residir con unos tíos que vivían en Caibarién.

Primeramente trabajó en el comercio; más tarde lo encontramos trabajando de maquinista en un barco.

En 1919 abandona el mar, después de adquirir grandes conocimientos sobre electricidad, los que le sirven para graduarse de radiotelegrafista. Y en la década del veinte instala su emisora, 6EV, en Céspedes 7, hoy Ave. 11 No. 613, en Caibarién, cuya programación experimental la confecciona con discos.

El 14 de septiembre de 1923, fecha en que se celebró la pelea de Jack Dempsey y el argentino Luis Ángel Firpo, *Manolín* Álvarez, en los controles de su 6EV, el doctor Lorenzo Martín Álvarez como traductor de inglés y el periodista Feliciano Reinoso Ramos como narrador, recibieron directamente la pelea y, a medida en que ésta se desarrollaba, la iban transmitiendo en español de forma simultánea para los aficionados cubanos. Este hecho es suficiente para que la emisora de Álvarez pase a la posteridad dentro de los albores de la radiotelefonía, ya que la PWX de la Cuban Telephone Company, que hizo una gran publicidad anunciando la transmisión de dicha pelea en la voz de Raúl P. Falcón, no la transmitió de forma simultánea, sino a la medida que la misma llegaba por tele printer.

En cuanto al periodista y deportista Feliciano Reinoso Ramos, aunque no realizó dicha labor de forma continuada, es el *primer cubano que narró una pelea de boxeo de forma simultánea*, dándole un estilo narrativo a lo que el traductor, doctor Lorenzo Martín, escuchaba desde el lugar en que se desarrollaba dicho evento.

En 1925, después de construir la 6LO, *Manolín* Álvarez realiza durante años las transmisiones simultáneas de las series

mundiales de béisbol, utilizando como narrador al deportista doctor José Gastón Caturla y como traductor a Miguel Balais.

Es decir que, de hecho, se convierte el doctor José Gastón Caturla en *nuestro primer narrador de béisbol*.

En la serie mundial de 1934 cuando la 6LO había pasado a ser la CMHD, *Manolín Álvarez*, José Gastón Caturla y Miguel Balais, como un recuerdo para los radioyentes de la emisora, publican un folleto donde patentizan su satisfacción por las simpatías que demuestran los aficionados en las cartas que les escriben.

Hay otro hecho que no queremos pasar por alto, y es que la emisora 6EV es posible que sea la primera que enviara, con motivo del año nuevo de 1924, una tarjeta a sus oyentes, en la que, además de desearles un feliz año, tenía la fotografía, hecha en la propia emisora, de los componentes de la Banda Municipal, que transmitía los jueves y domingos, de 8 a 10 p.m., bajo la dirección de José María Montalván. En el grupo aparece *Manolín*.

En octubre de 1929 le reportan a *Sparks*, cronista de la radio, por esa época redactor de la sección «radio» de los periódicos *Excelsior* y *El País*, el haber escuchado por la 6LO una *misa cantada*, que, según *Sparks*, es la primera que se transmite en Cuba.

El 24 de febrero de 1938, cuando la emisora responde a las siglas de CMHD la Asociación de la Prensa de Caibarién le otorgó a *Manolín Álvarez* un Diploma como propulsor de la radio en nuestra patria.

Y como honrar honra, como dijo nuestro Héroe Nacional José Martí, en nuestra labor investigativa no podía faltar *Manolín Álvarez*, erigido en abanderado de la radiotelefonía desde el inicio, quien con su pequeño receptor recorría las calles de Caibarién y los pueblos cercanos, enseñando y demostrando lo que representaba uno de los más grandes inventos del siglo XX.

Hoy, a pesar de sus años, quizás añorando su Santiago de Ambás, pero sembrado en su querido Caibarién, casado con la cubana Olimpia Casado Mena (una de las primeras operadoras comerciales que extían al finalizar la década del 30), quien le dio seis hijos; a *Manolín* no le falta tiempo para orientar a las nuevas generaciones que continúan la labor que él, conjuntamente con otros, emprendió a través de toda la Isla, sin más estímulo que el entusiasmo y la satisfacción del deber cumplido.

Los periódicos de la época destacan la encomiástica labor de este sencillo y abnegado trabajador de la radio, a quien tanto le debe Caibarién. Manolín Álvarez muere el 30 de marzo de 1986.

LUIS CASAS RODRÍGUEZ

Luis Casas Rodríguez nació el 25 de septiembre de 1906, en Camagüey, en la calle Estrada Palma No.34, hoy Ignacio Agramonte. Es el segundo de los seis hijos del compositor Luis Casas Romero. Cuando tenía pocos meses, su familia se traslada para La Habana. La niñez de Luis se distingue por su espíritu de investigación. A diferencia de otros niños, que desarmen los juguetes y más tarde no saben armarlos, Luis los desarma y arma y, además, les agrega o modifica piezas, siempre con un objetivo, que a su entender es beneficioso. El mecanismo de un juguete le sugiere otro.

Desde muy corta edad le interesa todo lo que tiene relación con la electricidad.

Sus primeros estudios los lleva a cabo en el Centro de Dependientes de La Habana. Lee cuanto libro o revista sobre electricidad cae en sus manos, y consulta con todo aquel que tiene conocimientos sobre esta materia.

A los catorce años, con los planos correspondientes, arma y desarma los aparatos de la fábrica de rollos de pianola que compró su padre. A la vez, enamorado del nuevo invento, la radio, en 1920 se da a la tarea de fabricar una planta de radioaficionados, consultando folletos y revistas, en la mayoría de los casos prestadas.

Así nace Q2LC, e inmediatamente se da a la tarea de montar una emisora Broadcasting —como la llamaban—, a la que al ser autorizada para transmitir como profesional con un permiso desde el 22 de agosto de 1922 le ponen 2LC.

Luis es un adolescente que aparenta más edad de la que tiene, aunque viste pantalones llamados «bombachos».

Por esa época, y cuando el aire lo permite, Luis observa a los muchachos y mayores que cultivan el *hobby* de empinar papalotes. Esto siempre ocurría de día. Entonces Luis se propone empinar papalotes por la noche, y que estos se vean. Para ello, en lugar de hilo de Manila utiliza alambre flexible

muy fino de dos vías, y colocando un pequeño bombillito en el papelote, cuando éste se elevaba encendía el bombillo, de esta forma producía un efecto indescriptible, a la vez que lograba que éste hiciera infinidad de cabriolas en el aire en el instante que encendía y apagaba el bombillo a gusto.

De la noche a la mañana, según revistas y periódicos de la época, se convierte en el radioaficionado más joven de Latinoamérica y es comparado con los primeros que realizan sus tanteos dentro del joven invento.

Como las piezas son difíciles de adquirir, hay que inventar, y Luis las inventa y las fabrica, sustituyendo unas por otras.

Sus conocimientos llegan a la radioafición de la época, y de forma desinteresada monta y ensambla pequeñas emisoras.

Estudiando el plano de un receptor extranjero crea lo que llamaron en *El Heraldo de Cuba*, de fecha 24 de junio de 1923, «Circuito Casas».

La prensa habla de su éxito e invita a los radioaficionados a que lo usen.

A partir del instante en que mediante un permiso de la Secretaría de Comunicaciones convierte la pequeña 2LC de su padre en emisora que transmite de forma regular a una hora determinada, son muchos los que se interesan porque les construya una emisora.

Luis no se hace de rogar, y así surgen la 2DW de Lorenzo Zayas, la 2OL de Oscar Collado, en Neptuno 97, la 2RK de Roberto Karman, en Malecón esquina a Crespo, la 2LP de Lavín y Perera, en Trocadero 111, la CMI del Instituto Provincial, en Zulueta y Teniente Rey, y, al separarse Lavín de Perera, monta una nueva emisora en el mismo lugar, Trocadero 111, donde se queda Perera.

En mayo de 1923 Luis ve en la revista *Radio Gráfico* la fotografía de un radio de galena, en cuyo pie de grabado se asegura que es el más pequeño del mundo. Al poco tiempo, exhibe en la tienda El Encanto y luego en La Emperatriz, un radio de galena mucho más pequeño, diseñado dentro de una cáscara de nuez. A partir de ese instante le correspondió a él la supremacía.

Llevó la 2LC, de 10 Watts con que empezó, a 100.

Casas Rodríguez le sugiere al padre montar una emisora comercial de onda corta, y el 16 de julio de 1925, la Secretaría de Comunicaciones le expide la Licencia No. 23, para transmitir

música y hacer experimentos en telefonía y telegrafía en onda corta (menos de 100 metros). Siguiendo el indicativo inicial le llaman Q2LC.

Ya en condiciones de comercializar la emisora, el 9 de marzo de 1927 le autorizan sacar al aire la COC de onda corta comercial aunque le expiden la Licencia el 1º de enero de 1933.

A sugerencia del padre, en medio de todo lo que hacía, estudia flauta con los profesores Fraga y Rojas, ambos músicos de la Banda del Estado Mayor, a la que pertenecía Casas Romero. Tiempo después debuta con la Orquesta de Alfredo Brito en el Cine Apolo, situado en el barrio de Luyanó.

A finales de 1928 desaparece la 2LC y Luis pasa a prestar sus servicios en la PWX. A los pocos meses, sus compromisos con la misma hacen que no pueda continuar en las actividades musicales. Ya en la Cuban Telephone Company como jefe de operadores, la revista de la empresa hace patente la labor creativa de Luis desde el instante en que pertenece al *staff* de la PWX, más tarde CMC.

En 1928 recorre la Isla instalando los equipos repetidores para suministrar la señal a las plantas trasmisoras. Así surge la primera Cadena Nacional Telefónica en nuestro país. En cuanto a la 2LC, como ya dijimos, se va del aire como emisora comercial; desaparece la Q2LC y pasa a ser CO2LC para aficionado de Telefonía, y CM2LC para aficionado de Telegrafía.

En 1929 Luis se gradúa de Telegrafista y le hacen entrega del título número 125.

El 16 de diciembre de 1933, trabajando en la CMC de la Cuban Telephone Company, inaugura en la calle San Miguel número 86, hoy 314, la COC de onda corta, con su hermano Ernesto como locutor en inglés y español. Meses después se incendia la emisora y el equipo queda totalmente destruido. Inmediatamente la firma Humara y Lastra, que anunciaba en la emisora, anticipa el dinero necesario para amortizarlo en propaganda.

Casas Rodríguez después de renunciar en la CMC va a los Estados Unidos de Norteamérica y compra un equipo de 300 Watts marca Collins, que el 6 de octubre de 1934 ya está en el aire, y cuya potencia fue aumentada posteriormente a 5 000 Watts.

En este mismo año, Casas Rodríguez instala en su automóvil una Planta portátil de aficionados, con 15 Watts.

El tiempo pasa y Luis, uniendo la práctica a los estudios, se gradúa de ingeniero.

La COC la amplía más tarde a la COCO y CMCK onda media en 1937.

Durante la Segunda Guerra Mundial crea una pizarra electrónica que monta en una de las vidrieras de la tienda La Emperatriz, la que mediante luces en colores señala al instante, a la vista del público, los principales acontecimientos relacionados con la guerra que suceden en el mundo, marcando la hora exacta de acuerdo con el lugar.

A principio de la década del cuarenta Luis observa que los rectificadores se echan a perder con mucha frecuencia, y se le ocurre montarlos al vacío en ampollitas de cristal, los que con este sistema duran por tiempo indefinido.

Presenta la patente en la sucursal de la Westinghouse en La Habana. la respuesta fue que no importaba que se echaran a perder con tanta rapidez, toda vez que el costo de los rectificadores era insignificante.

Claro, de durar indefinidamente con la modificación de Casas Rodríguez, la Westinghouse hubiera dejado de ganar millones de pesos. No podía convenirle este invento.

Luis Casas Rodríguez, que no le da importancia a las cosas que ha hecho, me habla del teléfono inalámbrico que en 1940 creó y del que nunca ha querido hacer mención por estimarlo hace años obsoleto.

Para hablar de lo que él llamó teléfono inalámbrico hay que explicar lo siguiente: Cuando se instala un teléfono y se desea poner una extensión, el *plug* o clavija hay que introducirla en la toma que pone la compañía en el lugar deseado. Sin embargo, la idea de lo que él llamó teléfono inalámbrico consistía en lo siguiente: Al sonar el timbre del teléfono principal, suponiendo que esté instalado en la sala de una casa, sin que exista conexión de ningún tipo en la cocina —distancia opuesta a la primera—, sólo con el equipo ideado por Luis, al ser transportado a cualquier lugar de la casa, se habla por él sin que al mismo lo una ningún alambre. Este invento, que en aquella época hubiera sido útil y novedoso, Luis no lo patentó, sólo se concretó a realizar las pruebas en su propia casa.

Cosas de este tipo son tan corrientes para Casas que sería interminable la cantidad de inventos e innovaciones que ha realizado en su larga vida.

En la década del cincuenta se da a la tarea de poner en práctica un sistema de revelado en color, primero que se crea en Cuba, y que la tienda El Encanto pone a disposición de su clientela como exclusivo. Este trabajo lo realiza Luis en su casa, ya que era aficionado a la fotografía y poseía un magnífico equipo con su correspondiente cuarto oscuro.

La importancia de los noticiarios radiales hace que construya para la COCO, en 1948, la primera unidad móvil de radio que se emplea en Cuba con ese fin, utilizada en numerosas ocasiones por Eduardo R. Chibás para denunciar todo tipo de atropellos.

En 1940, el Ministerio de Comunicaciones inaugura la primera estación portátil de radio, instalada en un camión, con un transmisor de 50 watts. Como es de suponer, el objetivo no era el mismo de la instalada por el ingeniero Luis Casas Rodríguez.

A finales de 1948, en ocasión de celebrarse un acto en la Universidad de La Habana contra el aumento del pasaje, campaña que dirigieron un joven llamado Fidel Castro, Eduardo Chibás y Guido García Inclán, el gobierno trató de impedir su transmisión, pero como esto estaba previsto, el día anterior se había llevado la Unidad móvil de la COCO para la Universidad. Llegado el instante, por la tarde, ante la imposibilidad de salir por la línea telefónica, Luis lo hizo por vía microonda desde el equipo instalado en el «pisicorre», el que había sido colocado para ese efecto detrás del Aula Magna.

Luis Casas Rodríguez, a pesar de tener ya más de setenta años, mantiene una magnífica memoria, aunque cuesta trabajo hacer que hable de su labor dentro del medio radial

Luis tiene siete hijos: dos hembras y cinco varones. Aunque se retiró en 1961, continuó trabajando hasta 1968, en que por problemas de salud ya no pudo continuar.

A punto de terminar estos apuntes, le pregunto qué objetivo lo llevó a la ciudad de Tampa, en la Florida, el 10 de octubre de 1922:

A mí me llevaron. Fui invitado por míster Miller para ir con el equipo técnico que envió la Cuban Telephone Company para montar los amplificadores que se instalaron en la inauguración del nuevo Club San Carlos, y a través de los cuales se escucharía la inauguración de la P.W.X. Ya te expliqué en otra ocasión que cuando míster

Miller llegó a La Habana antes de inaugurarse la P.W.X., oyó nuestra pequeña emisora, y fue a casa para conocer quién o quiénes la habían construido.

¿Qué nos podría decir sobre estos apuntes biográficos?

Que yo recuerde, son los únicos en que he participado, porque cuanto se ha escrito sobre mi trayectoria en el medio se ha hecho siempre haciendo resaltar la poca edad que tenía cuando me inicié. Es decir, que me veían como el «benjamín» de las ondas en nuestra patria. Luis Casas Rodríguez muere el 10 de enero de 1987.

HUMBERTO GIQUEL

A la hora de hablar de los albores de nuestra radio, el nombre de Humberto Giquel siempre nos saldrá al paso.

Radioaficionado de los buenos, fue considerado por los *radio-fans* de la década del veinte como padre de la radio cubana. Quiso estudiar en los Estados Unidos de Norteamérica ingeniería eléctrica, pero el padre le sugirió comercio y él lo aceptó. Y es así como su gran preocupación por todo cuanto se ponía a la venta fuera de nuestro país relacionado con los últimos adelantos técnicos en la radio, hizo que se dedicara a este negocio, para poner los mismos a la disposición de los radioaficionados y profesionales de la radio en Cuba. Así se convirtió en fabricante e importador de aparatos de radiotelefonía y sus accesorios.

Posteriormente haría un viaje a los Estados Unidos de Norteamérica. Al volver, la prensa informa «Regresa Humberto Giquel, propietario de la popularísima estación CG. El padre de la radio viene encantado de sus nuevas adquisiciones para su establecimiento.»⁵⁵

El mismo periódico, con fecha 17 de junio, nos habla de una nueva trasmisora que viene en camino, de 1 kilowatt de poten-

55 *Heraldo de Cuba*, 14 de junio de 1923.

cia, que en breve tendrán los *radiofans* cubanos en Escobar 65, donde va a montarla a todo lujo. Además hizo demostraciones de cuanto trajo para vender en Cuba. Y el 11 de agosto, en otra entrevista, declara «que su nueva emisora comenzará a transmitir a partir del 10 de octubre»; que entre agosto (finales) y septiembre tendrá tiempo de realizar la instalación y hacer pruebas.

El 28 de noviembre del propio año Giquel dice: «En cuanto a la planta transmisora puedo avisar que por ahora ha quedado estancado su montaje debido a que las piezas que faltan no han llegado todavía.»

Fue su labor de importador de efectos eléctricos la que le dio a conocer rápidamente en toda Cuba.

Su emisora de radioaficionado era considerada como una de las mejores, y como se dedicaba a importar los últimos adelantos, ésta le servía de laboratorio.

Sin embargo, hombre eminentemente modesto, nunca se preocupó porque las siglas de su emisora se dieran a conocer. Su nombre y su popularidad primaban sobre el indicativo. Demostró en todo momento una amplia visión de lo que sería el futuro de la radio.

Por las listas que remitía la Secretaría de Comunicaciones, nos damos cuenta, al no aparecer en las mismas (nos referimos al año 1923), que sus transmisiones las hacía como aficionados y no como profesional, en espera de instalar una emisora que pudiera competir con las mejores de la época para orgullo de Cuba.

Esto, como lo hemos expuesto, lo prometió, pero no lo llevó a vía de hecho, ya que se dio cuenta que el proyecto que él tenía en mente, de no existir el patrocinador o anunciante, era prácticamente incosteable. Ante la negativa del presidente de la República, Alfredo Zayas, a que se pasaran anuncios, prefirió continuar con su negocio, poniendo a disposición de los dueños de emisoras lo que a estos no les era fácil conseguir.

Es decir, decepcionado, el comerciante anulaba al radioemisor. Luego no es extraño que en enero de 1930, en que las emisoras aparecen con letras y desaparecen los números para diferenciarlas de los radioaficionados, tampoco aparezca la emisora de Humberto Giquel, el llamado Padre de nuestra radio.

Sin embargo, a veces, antes del treinta, se hacía llamar CG, y en las pocas ocasiones que le pusieron 2HG no aparece como indicativo oficial. Nosotros estimamos que las siglas CG eran las que identificaban su negocio, casa Giquel, ya que el mismo se anunciaba como Humberto Giquel y Compañía, Fabricantes e Importadores de Aparatos de Radiotelefonía y Accesorios.

Giquel mantenía grandes relaciones con los cronistas radiales de la época (ya que casi todos poseían plantas de radioaficionados), y los tenía al tanto de cuanto se ponía en práctica acerca de la radiotelefonía, sobre todo de los Estados Unidos de Norteamérica e Inglaterra.

Humberto Giquel murió a los 63 años, el 7 de octubre de 1960.

En cierta ocasión, Josefina Alfonso, esposa de Humberto Giquel, nos dijo: «Había nacido para la radio, previó su presente en el pasado. En fin, se adelantó mentalmente al futuro.»

ADOLFO GIL IZQUIERDO

Entre aquellos que más han contribuido a la introducción y el desarrollo de la radiodifusión en Cuba, figura un hombre pocas veces mencionado: Adolfo Gil.

Hijo de un licenciado en Derecho, nació en Yucatán, México, el 26 de agosto de 1903, donde el padre ejercía su profesión.

La familia Gil se traslada a Cuba con sus tres hijos, Adolfo, Elena y Federico, cuando el futuro técnico apenas cuenta doce años de edad. Pasado el tiempo adquiere la ciudadanía cubana. Se casa el 8 de noviembre de 1930 con María Hernández Marrero. De esta unión nace su hijo Raúl, el que con los años se gradúa de ingeniero electrónico.

Adolfo, hombre modesto y sencillo, su labor ha sido tenaz y perseverante, sin que su nombre alcanzara esos niveles de admiración y esa aureola de genialidad que ocasionalmente disfrutaron otros con menos merecimientos.

Sin embargo, dondequiera que investiguemos los primeros pasos que da la radio en Cuba, las primeras emisoras, avances técnicos, empresas artísticas y organización de programas, su nombre aparece siempre asociado a los mejores empeños de superación, y su gran capacidad de trabajo le permite figurar en un prolongado ciclo de actividad profesional que abarca

desde el inicio mismo de las transmisiones, hasta la creación del ICR por el Gobierno Revolucionario.

Inicia su carrera como aprendiz sin ganar un centavo, con los ingenieros que operan la emisora PWX de la Cuban Telephone Co., y la termina, después de 47 años de intenso trabajo, como Responsable del Departamento Técnico de Radio Progreso, donde contribuyó al mantenimiento de una de las más importantes Cadenas Radiotelefónicas que cubren el territorio nacional.

Desde los años 20, Adolfo Gil, que trabajaba como Contador en la Casa Columbus Cycles, dedicada a la venta de bicicletas y efectos eléctricos, situada en Neptuno 97, en La Habana, donde estaba instalada la modesta emisora 2OL⁵⁶ inaugurada el 5 de noviembre de 1923, comenzó a interesarse por aquella novedad técnica llamada «la radiofonía», y, como muchos jóvenes de la época, empezó a construir pequeños transmisores de «radio amateur», así como los circuitos receptores de aquellos tiempos, entre los cuales el más popular era el célebre receptor a galena, de radiofrecuencia sintonizada.

En esta pequeña emisora, Gil estaba a cargo de la programación, escogía y ponía los discos, realizaba las funciones administrativas, era el locutor (que por aquel entonces se decía «anunciador») y, además, realizaba las reparaciones y ajustes en el equipo transmisor.

En 1926, después de tres años en que se consolida su experiencia técnica, Gil se asocia con Miguel Troncoso, uno de los dueños de la Columbus, para instalar lo que pasó a ser una de las primeras empresas radiodifusoras: la 2WX, inaugurada en 1927, más tarde la CMW.⁵⁷

La firma Gil y Troncoso logró un convenio para instalar sus equipos en la azotea del edificio que en Prado y Teniente Rey tenía entonces el influyente rotativo *Diario de la Marina*. Es

56 En la 20LC conoce a René Cañizares, más tarde animador de programas y narrador y comentarista deportivo, más conocido por *Kañita*, quien había debutado como cantante en inglés en junio de 1923.

57 En esta emisora René Cañizares presenta el primer programa de aficionados realizado en La Habana, patrocinado por la Profilactic Co.

conveniente destacar que se trataba únicamente de un arrendamiento de espacio, pues la empresa radiodifusora operaba en forma totalmente independiente del periódico de *Pepín* Rivero, cuya línea editorial es bien conocida en nuestra historia.

Cuando Gil instala la CMW de 1 000 watts, en ese edificio, va en busca de dos objetivos: una situación favorable, en el punto más céntrico de La Habana de entonces (frente al antiguo Capitolio Nacional), y la posible captación de anunciantes dentro del sector español, que controla por esos años la industria y el comercio. José Ignacio Rivero, director del *Diario de la Marina*, se destacaba como vocero del numeroso e importante núcleo de españoles residentes en Cuba, dentro del cual se encontraban los principales inversionistas que podían interesarse en la radiodifusión como vehículo comercial. Teniendo en cuenta ambos factores, la empresa inició sus actividades artísticas independientes, pero utilizando como emblema comercial la identificación CMW del *Diario de la Marina*. (Era ésta una costumbre generalizada en los años iniciales de la radio: las emisoras tomaban el nombre del local o edificio sobre el cual se montaban. Así surgieron también la CMBZ de La Casa Salas; CMBC de El Progreso Cubano; CMCD de El Palace Apartment; CMCQ de La Loma del Mazo, y otras). Pasado algún tiempo, la emisora cambia su identificación, denominándose CMW, La Voz de las Antillas.

Sin embargo, cuando en 1933 se agudiza la lucha de clases, el *Diario de la Marina*, como era de esperarse, se destaca como el órgano de los sectores patronales y reaccionarios, y Adolfo Gil se desliga definitivamente de la empresa periodística de *Pepín* Rivero. Más tarde traslada los equipos y construye nuevos estudios en un edificio adjunto, subarrendando un espacio del Club de Cantineros, entidad gremial de tipo mutualista que defendía los derechos sindicales de los trabajadores de bares y cantinas y que poseía un amplio edificio en el Paseo del Prado a pocos pasos del *Diario*... Por esa época cesó también el único vínculo que había existido entre la emisora y el periódico: la transmisión diaria de media hora de noticias y comentarios que leía por las tardes una figura destacada de la época: el sobrio locutor doctor Ernesto López de Olivares, tomándolas en lectura directa de la edición correspondiente, bajo el título de *Diario Hablado del Diario de la Marina*.

Como hemos dicho, el espacio oficialmente presentado por el *Diario de la Marina* fue suprimido en la nueva programación de la CMW, y se le sustituyó por varios boletines de noticias intercalados a diversas horas, que preparaba y leía ante el micrófono el propio Adolfo Gil, como «anunciador oficial» de CMW. Demás está decir que a partir de ese instante, el *Diario de la Marina* se convirtió en su peor enemigo. Desde los primeros meses de operación, aquella CMW transformó los métodos radiodifusores, sustituyendo las horas sucesivas de lo que entonces se llamaba «música grabada» (es decir, reproducción de discos fonográficos), por programas «vivos» en los cuales tomaban parte los artistas y compositores cubanos de mayor prestigio,⁵⁸ lo que volcó sobre los micrófonos cubanos a toda una legión de figuras que dieron calidad y respaldo profesional a lo que había sido hasta entonces un pasatiempo de aficionados. Así nos encontramos en la prensa de aquellos tiempos iniciales, con un artículo en el que un periodista que analiza las actividades radiales destaca el hecho de que la CMW mantiene una programación diaria con *trece horas* de programas de *talento vivo*, en los cuales no sólo se presentan prácticamente todos los cantantes cubanos famosos, sino que son introducidos por radio numerosos artistas extranjeros de paso por La Habana, que no hubieran podido ser apreciados en las provincias de no ser por sus actuaciones en la CMW. El nivel de aquellas transmisiones puede reconocerse por la calidad de los compositores que figuran como asiduos ejecutantes en sus diversos programas: Anckermann, Roig, Lecuona, Casas, y otros. Es decir, todo el conjunto de lo que años más tarde será el movimiento artístico de las grandes emisoras subvencionadas por cuantiosos presupuestos de propaganda de poderosas firmas industriales, lo realiza ya Adolfo Gil, en 1931, en la CMW, prácticamente sin anunciantes, pues todavía las industrias importantes no utilizaban el vehículo en gran escala. Aquellas

58 Al inaugurarse la RHC Cadena Azul el 1º de abril de 1940, Amado Trinidad repite esta operación, que cambia no sólo el nivel de vida del sector musical, sino que obliga a las demás emisoras a cambiar su programación grabada por talento vivo.

realizaciones que pueden ser consideradas como el *pionerismo* de nuestro arte radial fueron logradas, como ya dijimos en otro capítulo, sobre la base de entusiasmo, esfuerzo personal y desinterés, ya que todo cuanto se ganaba en la empresa era reinvertido en mejorar los equipos, ampliar los estudios y reforzar las programaciones. Sin contar con la inversión en horas de trabajo físico por parte de Adolfo Gil, al atender el mantenimiento técnico a la vez que cubría turnos de locución, gestionaba anuncios, confeccionaba programas y contratos, y hasta redactaba los noticiarios y comentarios de la emisora. Una de sus labores más destacadas en este último sector fue la emisión de comentarios deportivos,⁵⁹ con los que mantenía a los oyentes al tanto de todos los eventos tanto nacionales como extranjeros, especialmente las transmisiones «jugada por jugada» de las series mundiales de béisbol, que tanto apasionaron a los aficionados de aquellos tiempos y de las principales peleas de boxeo.

Años después, junto a Adolfo Gil, surgió de nuevo René Cañizares (*Kañita*). Fue en los estudios de CMW donde ambos iniciaron, en La Habana, el estilo de transmitir el juego con efectos sonoros y ruidos, tal como si estuvieran radiándolo desde el mismo Yankee Stadium. Gil, desde, la mesa de sonidos, ponía música, efectos y trucos sonoros, mientras René Cañizares iba dando los detalles de cada inning, que recibía por un teléfono directamente comunicado con la redacción del periódico *El Mundo*, donde el popular cronista Sergio Varona le daba la información cablegráfica recibida desde Nueva York. Para el público, la sensación era perfecta, tal como si estuviera captando un «control remoto» desde los Estados Unidos de Norteamérica, más tarde, Cañizares narraba la pelota en espa-

59 A principios de la década del veinte Gil realizaba comentarios deportivos, tanto nacionales como extranjeros, por la 2OL de la COLUMBUS CYCLES, los que más tarde continúa por la 2WX, a la vez que narraba eventos deportivos nacionales y extranjeros. Esta labor la continúa en la década del treinta por la CMW. Por todo esto creemos que Adolfo Gil es el primer *comentarista deportivo* de nuestra radio, ya que aunque en Caibarién el periodista Feliciano Reinoso es el primero que narra y hace el comentario de la pelea Dempsey-Firpo de que ya hablamos, por la 6EV de *Manolín* Alvarez, no continúa de forma *regular* haciendo esa labor.

ñol a medida que la recibía en inglés desde el estadio.⁶⁰ Y esto que era el comienzo de toda la compleja mecánica radial empleando hábilmente el efecto sonoro, *el ambiente*, como recurso psicológico para establecer en la mente del oyente una sensación que le haga *imaginarse* que está presenciando los hechos, se estableció después como una técnica habitual. Es justo reconocer el mérito de aquellos precursores que, anticipándose, vislumbraron en los primeros años del *alba radial* esas posibilidades, esos enormes recursos psicológicos de la radiodifusión como *estímulo auditivo* capaz de desencadenar complejos procesos subjetivos en la mente humana.

Adolfo Gil no sólo era un enamorado de su medio, sino que convencido del poder de penetración y divulgación del mismo, hizo cosas que demuestran que su imaginación la tenía en función de lo que sería la radio del futuro.

A principios de la década del 30, la afición cubana estaba dividida entre los equipos Habana y Almendares, y aquellas temporadas reunían todos los años a miles de aficionados de la pelota, para presenciar el encuentro de los dos rivales. Los juegos se celebraban por ese entonces en Almendares Park,⁶¹ estadio que controlaba Linares y al cual fue propuesta la idea de radiar la serie por radio.

Ante la negativa de Linares, Adolfo Gil, en su afán de demostrarle que las transmisiones llevarían más público a presenciar los juegos, se puso de acuerdo con el periodista Hilario Franquiz y utilizando una línea telefónica instalada en la azotea

60 René Cañizares, en octubre de 1940 embarca hacia los Estados Unidos de Norteamérica para narrar desde el propio terreno de pelota, jugada por jugada, la serie mundial. Este hecho, que sería el primero que se realizaba en Cuba, fue transmitido por las emisoras CMQ-COCO y CMBZ-CDBZ Radio Salas, y brindado a los fanáticos a través de una pizarra magnética que se instaló frente al Parque Central de La Habana. Los equipos que se enfrentaron fueron: Tigres del Detroit, por la Liga Americana, y Rojos del Cincinatti, por la Liga Nacional.

61 Nos referimos al segundo Almendares Park, situado en los terrenos de Luaces y Bruzón. El empresario Linares comienza a construir el terreno de béisbol en la finca La misericordia, barrio del Príncipe, en el mes de noviembre de 1917, y lo inaugura el 21 de abril de 1918 comenzando el campeonato entre clubs amateurs.

de una casa cercana al terreno de pelota, de donde se podía presenciar el juego, le entregó unos prismáticos y éste le iba contando jugada por jugada e incidencia por incidencia lo que sucedía en el terreno, mientras que Gil, sentado frente al micrófono, lo iba narrando como si estuviera presenciando el juego. de más está decir que la entrada aumentó en el estadio, y cuando Linares fue a ver a Gil para saber cuánto costaba la propaganda, Gil le contestó que no valía nada, que era un servicio que él le daba a sus oyentes. Este mismo hecho se repitió cuando el promotor *Pincho* Gutiérrez se negó a que se narraran las peleas de boxeo que se celebraban en el local de la Arena Colón, situada en Zulueta y Teniente Rey, en La Habana.

Pincho Gutiérrez, promotor de *Kid Chocolate*, era amigo personal de *Pepín* Rivero, y se acercó a éste para que le prohibiera realizar este tipo de control remoto. En esta ocasión nada pudo hacer el reaccionario de *Pepín* Rivero: Adolfo Gil era el único responsable de la programación que salía al aire.

Otro hecho que dice mucho del sentido que tenía de la radio como medio informativo, lo demuestra lo ocurrido cuando la desaparición de los aviadores españoles Barberán y Collar a mediados de junio de 1933. Para el pueblo de Cuba en aquel momento, la pérdida de aquellos dos héroes que durante semanas acapararon todo tipo de medios de información, fue de un impacto emocional extraordinario.

Se le dedicaron tres números completos de la revista *Bohemia*; la noticia llenaba los titulares de los periódicos: Adolfo Gil, que no era ajeno a la ansiedad que sentía el pueblo por tener noticias de los aviadores desaparecidos, durante nueve días consecutivos sustituyó la programación de la emisora y se puso en contacto con todos los medios de difusión, tanto en Cuba como del extranjero, para, conjuntamente con Ernesto López de Olivera, informar al pueblo de todo tipo de movilización y noticias que pudieran saberse acerca de los aviadores españoles. Creemos que este caso sea el único durante esa etapa, en que una emisora dedica todo el espacio de su programación durante tanto tiempo, para informar sobre un solo hecho, interrumpido solamente cuando en los cambios se identificaba la emisora y se oían las populares notas de *Estrellita*, de Ponce, tema musical de la CMW.

Al mismo tiempo que desplegaba actividades tan diversas, Adolfo Gil tenía la habilidad de captarse colaboradores inteligentes. Así le dio acceso a los micrófonos y a las actividades radiodifusoras a cuantos se acercaron a su empresa con algún talento, alguna habilidad o una simple vocación. Por eso no debe extrañarnos que muchas de las figuras que luego han sido, en diversos períodos, grandes personalidades del arte radial, hayan surgido de la antigua CMW. Fue el éxito y el prestigio alcanzado por aquellas transmisiones lo que elevó el nivel de programación y forzó a los competidores a adoptar los mismos planos de superación, engendrándose el gran complejo radial que, al finalizar la década de los 30, ponía a Cuba entre los primeros países que contaban con el más alto grado de desarrollo de la radiodifusión.

Pero, si bien en la técnica fue siempre un hombre de avanzada, y en la organización artística radial demostró ser de los primeros en comprender la compleja función social y cultural de la radiodifusión, como hombre de negocios no alcanzó nunca los mismos niveles. Concentrada su atención en el progreso artístico de sus empresas, le faltó aquella «malicia» que exigía el medio cuando se agudizó la competencia. Al surgir otras empresas y producirse el gran desarrollo radial de la década del 40, la firma Gil y Troncoso fue perdiendo terreno en el aspecto comercial y otros empresarios (con menos ejecutoria, pero con un sentido financiero más desarrollado), comenzaron a acaparar los grandes contratos con industrias de altos índices de inversión en radio. La CMW, La Voz de las Antillas, aunque mantenía su prestigio artístico, vio reducirse gradualmente la lista de sus clientes, mientras grandes firmas anunciadoras se asociaban con otras emisoras.

Años después, Adolfo Gil hizo un nuevo esfuerzo, aceptando una opción de compra que le hace Miguel Gabriel, y se comienza a llamar a la emisora Onda Deportiva del Circuito CMQ.

Cuando Goar Mestre asume la dirección de la CMQ y Miguel Gabriel se une a Amado Trinidad, su antiguo enemigo, Mestre, con motivo de un problema laboral existente que le plantean los integrantes de la Onda Deportiva del Circuito CMQ, decide rescindir de la opción de compra. Esto lo aprovecha Miguel Gabriel para, conjuntamente con Amado Trinidad, proponer a Adolfo Gil una nueva opción.

Gil acepta y se traslada para el propio edificio de la RHC Cadena Azul, y dedicada preferentemente a transmisiones deportivas, se le llama CMW Cadena Roja.

Cuando se crea la CNC, con la CMW como planta matriz y la Cadena Nacional de la antigua RHC Cadena Azul, y más tarde se convierte en radio Rebelde, allí se mantuvo al frente Adolfo Gil, superando en los primeros tiempos las deficiencias y escaseces de materiales electrónicos y colaborando después en la ampliación y modernización de sus servicios técnicos.

Más tarde pasó a ser responsable técnico de la cadena nacional de Radio Progreso, hasta que por enfermedad se acogió al retiro

Gil muere el 19 de marzo de 1976; semanas antes de morir nos dijo: «Aunque siempre me llamaron ingeniero, no lo soy, quite esa palabra y ponga técnico.»

Respetando sus deseos así lo hicimos, pero podemos asegurar —y en esto muchos piensan como nosotros—, que sus vastos conocimientos, demostrados a través de su trayectoria, le habían hecho ganarse ese honroso título.

Su nombre, al igual que los de Amadeo Sáenz de Calahorra, Manuel D. Aufrán, Antonio de los Santos, Oscar Montenegro, Raúl Karman, Ventura Montes y otros, nos saldrá al paso cada vez que investiguemos cuanto de bueno se ha hecho en radio-difusión, desde la primera transmisión radial hasta los grandes cambios de estructura producidos por la Revolución. Una vida de trabajador honesto que, iniciada en los críticos años 20, puede servir de ejemplo en todo su brillante curso hasta los días gloriosos de las grandes conquistas actuales de la Revolución.

VICENTE MORÍN

Vicente Morín y Monroy nace el 31 de marzo de 1902, en La Habana. A los 10 años canta como solista en la Catedral de La Habana. A los 19 es camionero de la firma Galbán, Lobo y Cía. Acostumbra durante el trayecto a su centro de trabajo a contar en voz alta, a la vez que maneja.

Su voz de tenor, a pesar de los ruidos, no pasa inadvertida a los peatones, que lo escuchan con agrado.

Para Morín es una necesidad cantar a la vez que maneja. los nombres de Enrico Caruso, Tito Schippa, Tita Rufo y Miguel Fleta le son familiares.

Canta porque le gusta y, otras veces, por complacer a quienes lo escuchan y lo admiran, y así las cosas, una mañana en que recorría La Habana confundido entre el incipiente tráfico de la época, un hombre que maneja una máquina se le acerca el oírlo cantar, y le hace señas para que se detenga. frente al desconocido, éste le pregunta si estudia canto. «No.» Fue la simple respuesta.

Al día siguiente se encontraba frente a Pablo Merolle, maestro y cantante, conjuntamente con aquel desconocido que no era otro que Gonzalo Forcades, jefe del Departamento de Venta de Solares de la firma Mendoza y Cía., quien le facilita un nuevo empleo.

El profesor Merolle lo oye cantar y le dice en su presencia a Forcades que no sólo prometía, sino que las clases serían gratuitas, siempre y cuando el discípulo tuviera interés.

Tres meses después Merolle va a Italia y no regresa. En su lugar se queda con los alumnos el profesor y cantante mexicano Leonardo Uribe. A partir de ahí, las clases se las daba en casa de Forcades, que era un entusiasta dilettante del *bel canto*.

A los dos años muere Uribe y Morín habla con Néstor de la Torre, que era maestro de Canto del Conservatorio Municipal. A mediados de 1925, Morín se independiza, tratando de introducirse en el medio artístico, aunque no había terminado sus estudios. A finales de 1925 se gradúa en el Conservatorio, con notas de sobresaliente.

Por esa época conoce a Alberto Garrido y sale de gira por la Isla. Así se inicia como profesional, cantando y actuando como actor en pequeños papeles.

De regreso a La Habana, lo contrata el empresario de la Compañía Torres, que se hallaba de paso por esta ciudad. Le monta *La Alegría de la Huerta y Marina*, para hacer una gira de dos semanas por provincias. Al poco tiempo, por problemas económicos, Torres desintegra la Compañía y se va para México.

En 1926, Morín ingresa en una compañía de Teatro Cubano que dirige en lo musical Eliseo Grenet y en lo dramático Aurelio Riancho. Más tarde lo encontramos en la compañía de *Rosita Lacasa*, española. El repertorio era de dramas y comedias y, de nuevo, a probar fortuna recorriendo la Isla.

Nuevamente en La Habana, pasa a formar parte de la compañía de Ernesto Lecuona, que debuta en el Teatro Regina.

El 29 de septiembre de 1927 debuta, con *La tierra de Venus* en la primera tanda, junto a Rita Montaner. canta *Siboney*, *La canción de la Rosa*, *La gitana del amor* y el mosaico de la *Comparsa* de Lecuona, cantada por el coro de solistas. En la segunda tanda se pone *Niña Rita*, donde Rita Montaner hace el calesero.

Disuelta la compañía, lo contrata Eliseo Grenet, para recorrer distintos países de América Latina, con una revista que él tituló *Cubanacán*.

De nuevo en La Habana, en 1929, hace dúo con la tiple Dulce María Mola. Después de diez meses de gira por la Isla, ya en La Habana pasa a la compañía de Agustín Rodríguez, en el local del Teatro Alhambra. Ahí estrena *Madre, ¿qué cosa es amor?* un punto cubano, con la letra y música suya.

A finales de 1929 entra a formar parte del elenco del teatro Alhambra. Estrena, de Anckermann, un blue titulado *Piernas al aire*.

Pepín Rodríguez, autor de Alhambra, estrena con música de Anckermann *El hijo de Madame Butterfly*, y Morín canta por primera vez *Princesita* de Nipón y Renegado

En *Agustina de Aragón*, también de Rodríguez y Anckermann, estrena *Jota aragonesa*.

Estando en Alhambra, Moisés Simons le propone ir a Madrid para estrenar *El collar de la Merced*, zarzuela con música de Simons.

Fue a España en 1931, y al caer la Monarquía no se pudo estrenar la zarzuela.

Siete meses después, de nuevo en La Habana, vuelve al Alhambra hasta 1932, en que pasa al teatro Martí, donde interpreta el Leonardo de *Cecilia Valdés* durante 37 noches, con Caridad Suárez.

Años después pasa a la compañía de José Sanabria, donde conoce a Amado Trinidad, en Cienfuegos. Éste le oye cantar los puntos cubanos y las guajiras y le propone ser el protagonista de *Pepe Cortés*, serie episódica que está programada para después de la inauguración de su emisora, CMHI Cadena Azul, el 20 de mayo de 1939.

Meses después, el 26 de agosto de 1939, sale al aire la serie *Pepe Cortés*, el bandolero romántico, que escribe y crea Aramís del Real. En principio, Aramís le propone a Amado Trinidad

radiar la serie basándose en las aventuras de Diego Corriente, bandolero español cuyas características, además de haber existido, podían gustar en Cuba. Amado se negó. Puso por condición que fuera cubano, que cantara espinelas y canciones y que la trama se desarrollara en los campos de Cuba. Que el personaje le robara a los ricos para dárselo a los pobres; que debía tener un caballo con un nombre llamativo, y se lo puso: Relámpago.

Presentación de *Pepe Cortés*

*Yo robo a cualquier hora
Y lo hago con placer,
porque es para proteger
al que sufre y al que llora,
al que la fiebre devora,
al que está desesperado,
al que vive abandonado
en la vida y los excesos,
para proteger a éstos
yo robo al acaudalado.*

Las décimas las escribía *Clavelito*, las tonadas las escogía Morín y lo acompañaba a la guitarra Eduardo Saborit.

A los cinco meses de estar en el aire y de pegar el espectáculo, donde Morín actuaba y cantaba, por diferencias referentes al sueldo con Amado Trinidad, renuncia a seguir trabajando y viene para La Habana, contratado por la CMQ.⁶² El *Pepe Cortés* continúa entonces con el cantante y actor Rolando Leyva.

Tiempo después, Aramis del Real dejó de escribir el *Pepe Cortés* para la emisora de Trinidad, y contratado también por

62 En la revista *Radio Guía* del mes de enero de 1940 se dice: «Vicente Morín (*Pepe Cortés*): Nuevamente ha reaparecido por los micrófonos de la Q la voz de Morín interpretando la canción triste de nuestros campesinos, es algo que gusta en extremo. Las audiciones nocturnas en que nos regala su voz con Saborit a la guitarra, han venido a despertar un poco el ambiente de ciertos ritmos emitidos sin el gusto de Morín.»

Miguel Gabriel, escribió el espectáculo durante un tiempo, para la CMQ de Monte y Prado.

En La Habana, Morín entró a trabajar en CMQ en el programa *El Guajiro Solitario*, que protagonizaba Otto Sirgo. También se incorpora al *Rincón Criollo*, participando en la controversia con *Clavelito* y Coralia Fernández.

En 1941, Enrique Íñigo, como característica de los espectáculos que musicaliza, utiliza los efectos grabados. Y es en este propio año cuando Guillermo de Mancha e Íñigo convencen a Morín de la necesidad de crear la plaza de Operador de Efectos Manuales, como parte de la estructura de un programa radial. Morín acepta y escribe el primer folleto que se hace en Cuba, explicando la forma de realizar los efectos manuales. Hasta el 30 de junio de 1961, fecha en que se retiró, fue jefe del Departamento de Efectos de CMQ.

Actualmente siguen utilizándose los aparatos ideados y confeccionados por él para ese Departamento.

FÉLIX B. CAIGNET

Nunca pretendí ser Shakespeare, ni Salgari, ni Víctor Hugo, ni Honorato de Balzac, pero sí te puedo asegurar que soy uno de los precursores de la literatura radial dentro de una época.

—¿Eso que dices se ha publicado alguna vez?

—No, porque parecería petulante dicho por mí, pero te lo digo para que cuando llegue la oportunidad, lo escribas...

—¿Cuándo?

—Ten paciencia... Ten mucha paciencia, tal cual la tiene el personaje que yo creé y al que tú durante años supiste impartirle tu propia personalidad.

—Félix, sé que la radiodifusión cubana te debe una serie de hechos por los que pasarás a la posteridad como un innovador

—Te voy a decir algo más, que tampoco está escrito: Soy el precursor de los surveys en nuestro país.

—¿Te refieres a la investigación que llevabas a cabo entre los oyentes de Chan-Li-Po, en Santiago, y que te servían para desarrollar la serie que escribías a diario?

—Antes de ellos, lo hice con los cuentos de *Chilín y Bebida*, luego, ¿tengo o no tengo razón?

—Cierto, pero yo agregaría algo más: que se conozca, es el primer surveys de ese tipo que se hace entre los niños.

Conversaciones como esta tuvimos desde 1937, año en que conocí a Félix B. Cagnet, y que aunque espaciadas, continuaron hasta pocas semanas antes de sentirse enfermo e ingresar en el Hospital Nacional por la gravedad del mal que hacía tiempo venía minándolo.

Cuando le leí su biografía, explicándole que era para un libro que yo había escrito, que si deseaba y lo creía conveniente se podía modificar, me contestó:

Me gusta tal cual está, porque es distinta y, porque, además, le has agregado cosas que no aparecen en los apuntes que te entregué y que me has hecho recordar. Pues recordar es la manera de obligar a seguir viviendo lo que murió, ya que el recuerdo no es otra cosa que la momificación del pasado.

Cuando hablamos de los cinco pilares de donde salieron todas las generaciones de escritores, actores, narradores, directores, musicalizadores, que forman la radiodifusión actual, no hicimos mención del aporte brindado por la ciudad de Santiago de Cuba, al estimar que merecía un capítulo aparte de circunstancias que plantea varios acontecimientos ligados íntimamente a un nombre: Félix Benjamín Cagnet Salomón —Félix B. Cagnet—, poeta, escritor, pintor, periodista, cantante, actor, recitador y compositor.

Cagnet nació el 31 de marzo de 1892 en la finca Burene, en San Luis, Oriente. A los siete años se traslada, en unión de su familia, para la ciudad de Santiago de Cuba. A los dieciséis años ingresa en el Poder Judicial como escribiente de la Audiencia de Oriente. Allí estuvo doce años, hasta llegar a ser oficial de sala y secretario por delegación. Por esta época escribe versos sentimentales y artículos. En su inicio, ni sueña con ser autor de canciones, y, mucho menos, artista, aunque le interesan todas las artes.

Empieza como periodista realizando reportajes de Tribunales. Ya en el año 1912 colabora en la revista habanera *Teatro Alegre*, con noticias de los espectáculos que se presentan en el teatro Oriente de Santiago de Cuba. En octubre de 1918, en el *Diario de Cuba* ya aparece su nombre como miembro de la

Asociación de Reporters. Al siguiente año, en 1919, tiene a su cargo en el mismo *Diario*... una sección de teatro que titula «Vida Teatral», que firma con su primer apellido.

En ocasión de estar el tenor italiano Enrico Caruso actuando en el Metropolitan Opera House, Cagnet le escribe y le envía una acuarela criolla pintada por él. Además, le pide que le mande su autocaricatura, pues conoce que él es caricaturista. El célebre tenor se la envió.

Cuando en 1920 Enrico Caruso viene a La Habana, para debutar en el teatro Nacional, Cagnet le escribe nuevamente diciéndole que lamenta no poderlo oír personalmente, pero que su situación económica no le permitía ir desde Santiago de Cuba a La Habana. Caruso, por medio de su empresario, le remitió un abono para toda la temporada (8 funciones), y un giro postal por doscientos pesos. Esta es la primera vez que Félix B. Cagnet viene a La Habana. En 1920 también es crítico teatral del periódico *El Sol*.

La revista *El Figaro* le publica un poema de sentido musical titulado «Serenata» y, más tarde, la revista *Bohemia*, un cuento corto.

Asimismo, en 1920 comienza a escribir las narraciones infantiles que dan lugar, con los años, a la creación de *Chilín y Bebita*, que primeramente publica en periódico.

De la Audiencia pasa a ser dependiente de comercio en la librería El lápiz rojo.

Por no avenirse este empleo a su temperamento, renuncia a los pocos meses y pasa al teatro Aguilera, de José Caba, donde hace propaganda de prensa para sus películas y organiza las fiestas sociales.

Por sus conocimientos, entusiasmo y dinamismo, es nombrado administrador del teatro.

Sin embargo, en 1921, cuando las únicas voces que surcaban el aire en nuestro país eran la de los radioaficionados, Félix B. Cagnet se burlaba de su hermano, el doctor Juan Emilio Cagnet, que durante horas y horas de la madrugada trataba de comunicarse a través de su pequeña emisora, la CO8EC, con algún aficionado que, al igual que él, compartía el *hobby* de la radiotelefonía.

Félix B. Cagnet, por esa época, ni remotamente —nos confesó— le interesó la radio, a pesar de ser considerado como uno de los grandes inventos del siglo XX.

Como la inquietud literaria tenía que buscar un escape, se le ocurrió publicar una revista semanal ilustrada, que era distribuida entre los asistentes al teatro, en la que se anunciaba la cartelera de los próximos estrenos, y, con la colaboración de su hermana *Adelita*, se dio a la tarea de dedicar distintas secciones a tratar cosas de interés general, especialmente para las damas. Esta revista tenía por título el nombre del teatro para el cual trabajaba: *Aguilera* y comenzó a publicarse el 13 de febrero de 1921.

Cuba, desde el comienzo del cinematógrafo, fue una de sus mejores plazas. Rápidamente los actores norteamericanos adquirieron una gran popularidad, y a Cagnet se le ocurrió escribir una sección en el periódico *El Sol* titulada «De la pantalla», que firmaba con el seudónimo de *Miss Alice Dudelzac*, para aprovecharse de esto.

Según se hizo saber, *Miss Alice Dudelzac* era una periodista norteamericana que residía en Santiago, después de estar durante varios años conviviendo con todos los cineastas de la época.

Cagnet publicaba una entrevista que copiaba de revistas de cine norteamericanas, la que después de adaptarla a su estilo, la lanzaba como si fuera de la supuesta periodista. Esta sección cinematográfica, con la firma de *Miss Alice Dudelzac*, Cagnet la llevó meses después a la revista *Aguilera*.

En 1924, con motivo de la instauración de la soberanía dominicana, el Congreso de Cuba envió una misión especial a bordo del crucero «Cuba».

El *Diario de Cuba* responsabiliza a Félix B. Cagnet para que escriba las impresiones de viaje desde la salida del puerto de La Habana, el 8 de julio de 1924.

Con la Banda del Ejército iba Luis Casas Romero como uno de los directores. Durante el viaje, Cagnet entabla amistad con él, la que años más tarde se incrementa cuando su *Chan-Li-Po*, conjuntamente con sus microcharlas, surcan el aire por la COCO y CMCK.

En 1925 escribe y publica *Las aventuras de Chilín y Bebita en el país azul* con el seudónimo de *D. Mc. W. (Douglas Mc. Winter)*. Cagnet nos dijo que por aquella época no siempre usaba su nombre, por temor a que su labor no gustara a los lectores.

Hay en Caignet una característica no explotada, pero que en la vida real agradaba a todos. Era poseedor de un gran sentido del humor. Siempre tenía un chiste a flor de labios, los fabricaba «en serie», como nos decía. Además, los disfrutaba, y aunque no siempre los escribía, los recordaba, y con una gran facilidad los popularizaba entre sus compañeros de trabajo. Explotaba iniciales y nombres, a veces extranjeros, para convertirlos en un chiste al leerlos en castellano. Muestra de ello fue una sección de cocina que escribía y firmaba con el seudónimo de *Doña To masa*, y otra literaria con el de: *Miss T. Riosa*. Léase: Misteriosa. Tomasa.

Por esa época existía una marca de cigarros llamada Edén. A Caignet le sugieren escribir una sección en la cual, como propaganda indirecta, debía aparecer la marca del cigarro, y él la realiza con el seudónimo de *El mago del Edén*. Es decir, que si fumar esa marca significaba estar en el paraíso, escribir a esa sección era ser atendido como por arte de magia.

Cuando era administrador del teatro Cuba, en su oficina le transcribieron su primera composición: *Gilma*, en 1926. Por esta época, los niños lo conocen por sus historietas.

Ya en 1927 comienzan a aparecer sus iniciales, FBC, con motivo del éxito obtenido entre la grey infantil.

Sin embargo, continúa colaborando en diarios y revistas, y así lo encontramos escribiendo en el suplemento *Diario Gráfico*, del *Diario de Cuba*, en una sección que titula «Concursos de los Pecados», «Pregunte lo que quiera», «Cartas de amor». Especie de consultorio literario, con el seudónimo de *A. L. Kan. Ford*. Nuevamente juega con el nombre y apellido. (Léase: Alcanfor, producto medicinal que por esa época se utiliza mucho). Hasta aquí los principales seudónimos, ya que sabemos utilizó algunos más como el de *Hugo de Pierce*, en la crónica social.

Caignet se inicia en la radio a principios de la década del treinta, en la CMKC del Grupo Catalán, en la cual narra cuentos infantiles de su creación, los que comenzaban y terminaban el mismo día. El título del espacio era *Buenas tardes, muchachitos*, de 6 a 6:30 p.m. El primero fue *Un día que se rompió el arco iris*, Este cuento, que él improvisa frente al micrófono, lo hace asociando el recuerdo de una historia que le oye al «cuentero» de su barrio, San Basilio,

llamado Andrés. *El Chino*, al que oye por primera vez cuando tenía diez años.

Nos explica Cagnet que en su infancia existía en Santiago de Cuba un grupo de hombres sin preparación cultural, algunos casi analfabetos, pero con una prodigiosa imaginación, que se dedicaban cada día a contar a los niños pequeños historias, y finalizaban diciendo que la historia continuaría al día siguiente.

Esta labor la realizaban mediante la cuota de diez centavos por niño, y la llevaban a cabo reuniéndose en una que otra cochera que prestaban los familiares de los niños asistentes.

Otras veces se reunían en pequeños parques de la barriada que acostumbraban frecuentar. Estos hombres, casi todos oriundos de la provincia de Oriente, se dedicaban a este tipo de labor imitando a los juglares del Medioevo.

Entre los más populares, Cagnet recuerda a Romualdo, al que siempre se le veía por la calle San Agustín, cerca de la plaza de Marte. A Nandón, que pertenecía al barrio de Santo Tomás, y a Adalberto, que se desenvolvía en el barrio Tívoli. La edad de estos cuentos, como les llamaban, fluctuaba entre treinta y cinco y cincuenta años, casi todos negros descendientes de esclavos. Cagnet hace hincapié en demostrarnos la influencia que tuvieron los cuenteros en su labor frente al micrófono, al extremo que, como ya explicamos, su primer cuento lo hace recordando una historia que oye en su niñez. Es decir, que desde que inicia su labor frente a un micrófono, hasta que decide transmitir la serie de *Chilín y Bebida* (título al que le pone *Bebida* por llamársele así a su sobrina), da comienzo en Cuba, y posiblemente en Latinoamérica, la narrativa infantil escrita especialmente para la radio. Cagnet interpretaba todos los personajes y, a su vez, hacía los efectos de sonido imitándolos con la voz.

Con el tiempo, el programa de *Chilín y Bebida* comienza a llamarse *Chilín, Bebida y el enanito Coliflor*. El enanito Coliflor es un personaje dentro de la trama que, a medida que pasan los días, se hace tan popular, que al título del programa se le agrega su nombre.

Si la primera radio comedia la escribe Franco M. de Oliva, Félix B. Cagnet lo hace con la continuidad infantil, introduciendo el género episódico.

Al iniciarse la década del treinta, se llevan a cabo transmisiones esporádicas de un cuadro de comedias compuesto por aficionados que dirigía el actor de teatro Joaquín Riera, de nacionalidad catalana. Este grupo pertenecía al «Group Catalunya», sociedad catalana en la cual estrenaban sus obras de teatro, las que más tarde pasaban por la CMKC, por ser esta emisora de uno de los integrantes de la antes mencionada sociedad. El drama llega a la radio y Cagnet no es ajeno a ello. Aparte de Riera, colaboraban el actor José M. Béjar y su esposa, Beatriz Fernández.

En 1932, Cagnet estrena en el teatro Rialto, de Santiago de Cuba, la canción infantil *El ratoncito Miguel*, cuya letra el pueblo la canta como protesta a la tiranía de Machado.⁶³

A principios de 1933 se da una función en el teatro Martí de Santiago de Cuba, la que días después se repite en el teatro Principal⁶⁴ de Camagüey con alumnos del Instituto de Santiago, espectáculo que titula *1933 Scandals*, con el fin de recaudar fondos para la organización que dirige Antonio Guiteras y que propugnaba el derrocamiento del tirano Machado. En estas funciones se canta y se escenifica *El ratoncito Miguel*.

Tiempo después, al repetir la función en Santiago de Cuba, los soldados se llevan preso a Cagnet y lo tienen tres días en el Cuartel Moncada.

63 Estrofa final de la canción que coreaba el pueblo hasta que fue prohibida:

La casa está/que horripila, y mete miedo de verdad/y usted verá/que hasta de hambre un ratón se morirá./ No hay queso ya/ y mucho menos una lasca de jamón,/ vamos a ver,/ quién va a arrancarle a Micifuz el corazón.

A veces se decía: La cosa está, en lugar de: La casa está.

64 Tenemos en nuestro poder un programa de esa época realizado en el Gran Teatro Principal de Camagüey en el cual aparece escrita por el propio Cagnet la siguiente nota:

«Este espectáculo lo organizó Cagnet para recabar fondos para la revolución contra el Gobierno de Gerardo Machado.

Todos los int. del cuadro artístico no cobraban un centavo, sólo los gastos de viaje.

Esta gira por Camagüey y Oriente después de los gastos dejó una utilidad de \$2 700 que se utilizó en armas, entregado el producto al Comité Revolucionario que presidía el doctor Guiteras.»

Los padres y niños que simpatizaban con la labor radial de Cagnet acuden en manifestación ante el cuartel, y logran que lo pongan en libertad, no sin antes hacerle prometer las autoridades que la canción no se interpretará más por la radio. Derrocado el dictador Machado, comienza Cagnet por la CMKD del Palacio de la Torre, a sugerencia de Viñas, dueño de la fábrica de cigarros Edén, el *Chan-Li-Po*, primer espectáculo detectivesco original que se radia en Cuba, para que lo interprete el actor Aníbal de Mar —cuyo verdadero nombre es Evaristo Samón—, y la damita joven, *Nenita Viera*.⁶⁵ El personaje de Chan Li Po se creó tomando como guía el de Mr. Chan de las películas norteamericanas.

La primera serie se tituló *La serpiente roja*. En ella Cagnet crea el narrador dentro de un espectáculo radial, especialidad que se inicia en la voz del locutor Matías Vega, para más tarde continuarla, en La Habana, Marcelo Agudo. En Santiago de Cuba, Cagnet dirige el cuadro de comedias que Matías Vega puso a su disposición para la realización del programa.

Es interesante destacar que el espectáculo no se ensayaba, aunque estaba bajo la dirección de Cagnet. Cada personaje leía su libreto por separado. En cuanto al tiempo de duración, si quedaba largo, el anunciante que le seguía cedía su tiempo mediante la mención, para que terminara cuando fuera necesario. Escribiendo este programa, Cagnet adquiere un dominio absoluto del suspenso y falso suspenso, que dejaba al radioyente con la ansiedad e interés de escucharlo al día siguiente. El espectáculo duró un año en el aire. Terminado éste, Cagnet siente el deseo de venir a La Habana con sus espectáculos, pero es la época del teatro radial, y al ser su obra un género no explotado, era un riesgo el trasladarse a la Capital por su cuenta, sin saber si le interesaría a alguna emisora. Y es el instante

65 *Nenita Viera* (Juana Patria Viera Scott) debuta a la edad de 15 años por los micrófonos de la CMKD, interpretando la canción de Agustín Lara *Tus pupilas*.

Más tarde integra el cuadro de comedias de aficionados creado por el locutor Matías Vega Aguilera, director de la CMKD, quien con anterioridad lo había sido de la CMKC. *Nenita Viera* murió en La Habana, a la edad de 63 años, el 16 de septiembre de 1978.

donde entra a jugar su labor como pintor de piedras, lo que llamó Cromolitos.

El millonario Desiderio Parreño vio una exposición de Cagnet en Santiago y le propuso un contrato por decorarle el batey de su finca de recreo en San Miguel de los Baños —Matanzas—, pintándole grandes piedras de las que abundaban por allí. A su vez le hizo saber la oportunidad de actuar por la radio en La Habana.

Cagnet acepta, y el 19 de mayo de 1936 sale para nuestra Capital. Terminada su labor como decorador, ya con Aníbal de Mar en ésta, trata de vender los episodios de *Chan-Li-Po* al publicitario Luis Aragón, para que los pasara por su *Hora Múltiple*.

Aragón no acepta la proposición, alegando que La Habana no es como el interior de la República, que a los habaneros no les interesaría ese tipo de espectáculo. Años después, Luis Aragón reconocía públicamente su error.

Pero Cagnet no desmaya. Se queda en La Habana y continúa haciendo gestiones para la venta de los libretos. Mientras, recita y canta, solo a veces y, otras, a dúo con Rita Montaner y Carmelina Pérez, por la CMQ, con el acompañamiento al piano de Rafael Betancourt.

Desde el instante que Cagnet abandona Santiago de Cuba, todo el entusiasmo y sentido de creación, de innovación, cayó en una inercia total hasta muchos años después.

En 1937, Cagnet se pone en contacto con O'Shea, y éste somete el espectáculo a la consideración de los oyentes, mediante una prueba que hace transmitiendo el primer capítulo de *la Serpiente roja*, narrada por Marcelo Agudo, con Mercedes Díaz y Carlos Badías como pareja protagónica. Así surgió en La Habana el espectáculo más oído de todos los tiempos,⁶⁶ el cual marcó una serie de innovaciones que repercutiría en Cuba y en toda la América Latina hasta nuestros días:

66 Estuvo en el aire siete meses, patrocinado por el chocolate Annada. Cuando finalizó el espectáculo, Cagnet embarca hacia la Argentina contratado por la firma Ypana. Estuvo un año por Sudamérica.

- a. El espectáculo de continuidad seriado.
- b. El género detectivesco.
- c. El suspenso.
- d. El falso suspenso.
- e. El narrador.
- f. La no desaparición definitiva de un personaje negativo si este le agradaba al oyente. Pasado el tiempo, lo utiliza cuando lo creía conveniente, como hizo con Talúa, personaje que él interpretaba.

La incorporación de estos elementos, unido al auge que existía en La Habana en cuanto a producción dramática, contribuyó a su triunfo definitivo.

Félix B. Cagnet —de quien, como dijimos, interpretamos el Chan-Li-Po en la tercera etapa, que duró tres años, iniciada en la COCO, de diciembre de 1938 hasta noviembre de 1941, patrocinado por Sabatés S.A.—, fue un creador desde la década del treinta, cuyas innovaciones aún no han sido variadas, pero sí perfeccionadas. Sin embargo, queremos hacer un breve análisis de las que estimamos fueron las principales causas que ayudaron a crear la extraordinaria audiencia que tuvieron algunos de sus espectáculos, primero con el Cha-Li-Po y más tarde con los demás.

Sus espectáculos más conocidos fueron:

En diciembre de 1941 se inicia *Aladino y la lámpara maravillosa*, en RHC Cadena Azul. Protagonizan: Nenita Viera, Zoila Pérez, Jesús Alvariño y Orlando Rodríguez.

El 5 de junio de 1944 comienza *El precio de una vida*, en la CMQ. Protagonizan: María Valero y Carlos Badías.

El 15 de julio de 1946 trasmite por la RHC Cadena Azul, *El ladrón de Bagdad*. Protagonizan: Consuelito Vidal, Raúl Selis y Reinaldo Miravalles.

También en 1946 trasmite por la propia emisora *Peor que las víboras*. Protagonizan: Carmen Ignarra, Mercedes Díaz y Santiago García Ortega. El 1º de abril de 1948 sale al aire el primer capítulo de *El derecho de nacer*, por el Circuito CMQ S.A. Protagonizan: María Valero y Carlos Badías, con Lupe Suárez, Nenita Viera y otros.

La insospechada audiencia de esta novela hace que la *Novela del Aire*, que salía a la misma hora por la RHC Cadena Azul, pierda toda la popularidad obtenida durante años.

Teniendo en cuenta la época, es interesante destacar que *El derecho de nacer* se le propone a la firma Sabatés S.A. para que saliera por la RHC Cadena Azul, sin embargo, los responsables del Departamento de programas radiales no aceptaron, alegando que su principal producto, el Jabón Llave, se usaba en todos los hogares de Cuba, y que el personaje de la negra «Mamá Dolores» crearía un conflicto entre los oyentes de la raza blanca cuya reacción no podía ser favorable. Que ellos estimaban desacertado tocar el problema racial.

No obstante, Cagnet insiste en vender su argumento, el que con grandes contradicciones lo termina en un *happy end*.

La denuncia de la discriminación racial y la actitud prepotente de la burguesía se desvirtúa ante el objetivo constante de lograr audiencia utilizando la técnica del suspenso de folletín aplicada a la radio, unas veces porque el anunciante se lo pedía y otras porque él disfrutaba de las situaciones que creaba sin que estuvieran planeadas, al igual que la constante mística que en ella se da. Un ejemplo lo tenemos en el uso que se hace de la virgen de la Caridad. A pesar de lo anteriormente expuesto, durante el tiempo que estuvo en el aire —un año y diecisiete días—, que representaron un total de trescientos catorce capítulos, sucedieron tres hechos inesperados, en los que el autor demostró su habilidad y fecunda imaginación para resolver problemas que pudieron llevar al fracaso su obra. Sin embargo, él los convierte en un resonante triunfo, que hace que se acreciente la audiencia.

1. El 17 de junio de 1948, cuando ya el personaje de mamá Dolores se ha adentrado en el pueblo, poco antes de terminar el capítulo, sesenta y cinco, le da un desmayo a la actriz Lupe Suárez, y el episodio termina sin que el oyente se de cuenta, gracias a la habilidad de los artistas con quienes dialogaba, que improvisaron el final.

Los médicos indican una semana de reposo absoluto a la actriz. Cagnet con la habilidad que lo caracterizaba, alteró la secuencia sin que se notara la ausencia, e intercaló el libreto que había quedado pendiente de forma tal, que parecía hecho adrede para aquellos que ignoraron el accidente.

2. El 23 de noviembre del propio año —capítulo ciento noventa y siete— de acuerdo con la trama, que en ese instante llega a su clímax, el personaje de don Rafael del Junco pierde el habla.

Esta situación, que Cagnet la piensa explotar de forma *limitada*, se ve alterada por dos circunstancias imprevistas.

Una de ellas, el inesperado fallecimiento de la actriz María Valero, como consecuencia de un fatal accidente el 26 de noviembre de 1948, y cuya interpretación de Isabel Cristina se había convertido en uno de los puntos claves de la trama, además de la enorme popularidad que en ese momento tenía la actriz.⁶⁷

Inmediatamente es sustituida por Minín Bujones, Cagnet no se amilana. Aunque la muerte sorprende a María Valero terminado el capítulo ciento noventa y nueve, instante en que se inicia prácticamente el nudo de la trama, surge otra circunstancia provocada por el actor que interpreta el don Rafael del Junco —José Goula— al quedar sin voz su personaje en la trama. El actor aprovechó entonces para exigir aumento de sueldo o no continuaba trabajando.

Como el sustituirlo de momento crearía cierto desconcierto en la radioaudiencia, se determinó alargar la situación hasta tanto se resolviera su problema. Esto duró desde el 23 de noviembre de 1948 —capítulo ciento noventa y siete— hasta el 24 de febrero de 1949, capítulo doscientos setenta y dos.

Esta situación, que el radioyente desconocía y que se convertía, a medida que pasaban los días, en gran expectación, Cagnet la explotó hasta la saciedad, creando un interés sólo comparado con el producido en 1937 con su *Chan-Li-Po*.

67 Su muerte produjo una de las más grandes demostraciones de duelo popular que recuerda nuestro país.

De ella escribió el poeta y dramaturgo Luis Amado Blanco:

«Pasarán años y más años, pero su voz, que tanto les hizo estremecerse, tendrá un suave y romántico eco en sus oídos. Y alguna adolescente de hoy, dirá ya abuela, el día de mañana: Lo que queráis. Pero como aquella María Valero que se fue una noche tras la cola misteriosa de un cometa, yo no he oído ninguna. Su voz llegaba dentro, muy adentro; tan adentro, que después de tantos años, aún la recuerdo como si ayer la oyera.»

No obstante, el estilo de narración llamado por Caignet «hablar en metáfora», la impuso no sólo en Cuba, sino en Centro y Sur América.

Pero, volvamos a sus espectáculos...

El 23 de agosto de 1948 se inicia *Ángeles de la calle*. Lo protagonizan: Ramón Veloz —padre—, Coralía Fernández, Orlando Rodríguez, Amador Domínguez, hijo, Antonio Hernández y Marta Falcón.

El 1º de junio de 1957 comienza por el Circuito CMQ S.A., *Pobre juventud*. Lo protagonizan: Marina Rodríguez, Eduardo Egea, Carlos Paulín, Ramón Veloz, Antonia Valdés y Jorge Socías.

Y cerramos su extensa producción con *La madre de todos*, su última novela, que escribe para el Circuito CMQ, S.A. en 1958. La protagonizan: Carmelina Banderas, Yolanda Fabián, Ricardo Dantés y Eduardo Egea.

Si bien es cierto que ninguna de las obras antes mencionadas fueron ejemplo de buena literatura, existía en ese momento una serie de circunstancias que ayudó a su triunfo como espectáculos radiales y que el autor conocía:

1. La novedad de un medio que en la década del treinta al cuarenta inicia su ascenso definitivo como vehículo de penetración ideológica.
2. El bajo nivel cultural de gran parte del pueblo.
3. La Habilidad en manejar la trama, tomando como muestra la propia opinión del oyente.
4. El estilo de sus narradores, cuya sensiblería y picuismo —reconocido por el propio autor—, hace llegar a la radioaudiencia el recuerdo de algún momento acaecido en su vida.
5. Y, por último, el manejo del suspenso y falso suspenso, que recuerda la época del folletín por entregas.

Es decir, que si bien es cierto que es un innovador y que como tantos otros marcó una etapa dentro de una época, no es menos cierto que su labor literaria en cuanto a la escenificación de sus principales obras desde finales de 1933, no se puede considerar como ejemplo de su mejor producción. Solamente *Chilín y Bebita*, desde que sale al aire, lleva un

mensaje positivo, didáctico y entretenido dirigido a la niñez de forma amena y comprensible.

Claro que hubo muchos que ayudaron a mixtificar el buen gusto, como lo fueron las novelas del escritor José Sánchez Arcilla, sin que hicieran ningún aporte, a no ser explotar los hábitos, costumbres y medios de vida de la burguesía. Ejemplo: *El collar de lágrimas*, el novelón que más tiempo de duración tuvo en el aire (novecientos sesenta y cinco capítulos).

Para Latinoamérica se vendían las series a través del SIGA S.A., con trescientos dos capítulos de veintisiete minutos.

Al morir, Félix B. Cagnet, además de su producción conocida, dejó más de trescientas piezas musicales inéditas.

Entre ellas existen algunos pasajes de una comedia titulada *Sor Cascabel*, una zarzuela que tituló *Barracón*, y una revista musical, *La carcajada del ron*. De su producción conocida, sus tres números más populares son *Te odio*, *Frutas del Caney* y *Carabalí*. Le siguieron *Quiero besarte* y *Mentira*.

Con anterioridad a su primera canción, *Gilma*, en unión del pianista Rafael Morales, autor de la música, compone *Suegra* y el cuplé *Rascabucheo*.

Te odio la estrenó Rita Montaner, el 18 de abril de 1928, en el teatro Payret de La Habana. Años después, Bing Crosby la grabó en inglés. *Frutas del Caney* la estrenó, en Santiago de Cuba, Franz Antúnez, y la popularizó el Trío Matamoros.

Cagnet escribe poesía afrocubana después que Nicolás Guillén publica su libro *Sóngoro Cosongo*.

El primero que escribe Cagnet es *Soy maraquero*. Más tarde publica su primer libro: *A golpe de maracas; poemas negros en papel mulato*. Dejó dos novelas empezadas. *Amistad con H* y *Pero nació*.

Después de escribir para la radio *El monstruo en la sombra* —denuncia acerca del tráfico de drogas—, lo publica convertido en novela.

En México filmaron *El derecho de nacer*, en blanco y negro, la que se estrenó el 27 de junio de 1952. En ella intervinieron Gloria Marín, Jorge Mistral, Martha Roth, Julio Villarreal, Lupe Suárez y otros.

Más tarde se filmó en colores y se estrenó el 8 de diciembre de 1966.

En esta ocasión tomaron parte: Aurora Bautista, Julio Alemán, Jorge Salcedo, Maricruz Oliver, Marilú Elizaga, Fernando Soler, Eusebia Cosme y otros. Para la televisión se hicieron cien capítulos con un elenco distinto.

Además, se filmaron, entre otras, *Los que no deben nacer*, *La mujer que se vendió*, *Mujer o fiera*, *Morir para vivir* y *La fuerza de los humildes*.

En Cuba se filmaron *La serpiente roja* —primer largo metraje sonoro— *Ángeles de la calle* y *El tesoro de Isla de Pinos*.

Estos dos últimos los realiza con su propia productora CUB-MEX, la que funda en 1953 teniendo en cuenta el éxito de taquilla de *El derecho de nacer*, coproducción cubano-mexicana.

Caignet, dada la enorme audiencia de sus novelas, visita casi todos los países de habla hispana que tramiten sus libretos: México, Colombia, Argentina, Santo Domingo, así como los barrios latinos de Estados Unidos de Norteamérica.

En 1958, la CMQ le firmó un contrato para transmitir *El derecho de nacer*, por la televisión.

Esta obra, hasta el momento de su muerte, estaba traducida al inglés, francés y portugués.

Caignet, según nos explicó, «descubrió la pintura en piedra, siguiendo el perfil de las rocas». De su valiosa colección apenas queda media docena.

Acerca de los cuentos de *Chilín y Bebida*, no publicados, sus *Pensamientos*, su *Diario de viajes*, sus *Chistes... con falta de ortografía*, como él los llamaba, y sus *Charlas*, nos hemos dado a la tarea de recopilarlos para que estos se conozcan, conjuntamente con letras de música que nunca se llegó a transcribir.

A pesar de su muerte, la labor literaria de Caignet seguirá siendo polémica. Sin embargo, la cubanía que caracteriza a su música, su amor a los niños, su constante interés de enseñar y educar a la vez que entretenía, sus ideas revolucionarias que de forma original patentiza en *El ratoncito Miguel*, las progresistas que se destacan en *El derecho de nacer*, *Ángeles de la calle*, *Pobre juventud* y *El monstruo en la sombra*, obras radiales en la que existe una denuncia —y no se puede olvidar en los años que logran aglutinar una de las marcas más altas de audiencia dentro del propio pueblo que le ayudó a confeccionar la temática—, lo hacen ocupar un lugar destacado como uno de

los escritores *radiales* más oído, discutido y querido de la América de habla española.

Félix Ve, como nosotros le decíamos, muere en La Habana, el 25 de mayo de 1976.

Al día siguiente, aproximadamente a las cuatro de la tarde, en presencia de un grupo de viejos y nuevos compañeros, en unión de sus familiares más allegados, su féretro descendió a la tumba en el Cementerio de Colón, a medida que, como homenaje póstumo a su cubanísima y extensa producción musical, se escucharon, cual tenue susurro, primero, las notas de su inmortal *Te odio* y, seguidamente, *Sin lágrimas*, cantadas a capela por el dúo de las Hermanas Martí.

Despidieron el duelo Germán Pinelli y Raúl Selis.

Sus restos fueron trasladados para el cementerio de Santa Efigenia el 25 de Diciembre de 1992.

PABLO MEDINA

Nació en Matanzas, el 25 de octubre de 1895, y se educó en México. En numerosas oportunidades viajó a los Estados Unidos de Norteamérica, donde fue viajante comercial y recorrió diversos estados. Esto le dio no sólo el dominio de cómo hablaban los norteamericanos el inglés, sino de los distintos acentos y modismos que se emplean en diversos estados de la Unión.

A pesar de ello, Medina conservó siempre su personalidad criolla. Era el clásico cubano, jovial y franco, propicio a la broma y a la risa. Gran amante de lo español, era igualmente un apasionado de la música y un profundo conocedor de compositores, artistas y autores famosos, de los cuales recordaba siempre la anécdota oportuna o el pasaje interesante. Estudió solfeo con Eduardo Andrade y violín, con Juan Gonzalo Pacheco. Según él, la flauta la aprendió a tocar sin maestro.

Aficionado al teatro, era jefe de ventas de una importante industria láctea cuando se incorporó al primer cuadro radio-teatral de la *Hora Múltiple*. Además de actor, Medina recitaba, decía monólogos e improvisaba, con ingeniosa chispa, cuentos y comentarios humorísticos.

Al iniciar programas como productor independiente, se hizo una figura popular, y pronto se destacó en el ambiente por dos

características que conservó hasta su muerte: la divulgación de la música sinfónica, especialmente las obras de Beethoven, de quien era apasionado admirador, y la forma desenfadada, un tanto cínica, en que se conducía siempre ante el micrófono.

Enemigo de todo formulismo, se burlaba siempre de quienes lo practicaban. Pablo Medina, que en su trabajo era estrictamente cumplidor y responsable, sentía placer en combinar su cultura con el buen humor y el más franco *criollismo*.

En sus programas había siempre buena música, comentarios de literatura, de arte, de filosofía, charlas amenas, poesía seria y humorística: era una verdadera enciclopedia parlante. pero lo hacía todo en broma. Su hora radial del mediodía, en la radio Metropolitana, se titulaba: «Como me da la gana...» Para referirse a sí mismo, decía siempre: les habla... «un tal Medina».

Llegó a convencer a ciertos anunciantes de que, en vez de usar textos de rebuscada propaganda, buscaran la simpatía del consumidor por la informalidad. Así, cuando Bacardí patrocinaba su hora, recordamos estar de visita en su estudio un día que lanzó este inverosímil *anuncio*: «Este programa lo patrocina el Ron Bacardí, pero yo no le voy a recomendar que tome ron, porque soy un padre de familia, y sé que el alcohol destruye el hígado. Ahora, si a pesar de eso, usted es tan idiota que bebe alcohol, entonces... tome Bacardí! Se lo digo porque...¡yo también bebo!»

En otra hora matinal, que durante varios años le patrocinó un dentrífico por la Cadena Azul, Pablo salía al aire a las siete de la mañana con este saludo habitual: «Ahora que acaba de levantarse, limpie sus dientes con la crema dental Listerine... Bueno, yo le recomiendo esa, porque es la que yo anuncio. pero usted se puede lavar la boca con la que quiera, porque, después de todo, ¡todas las pastas de dientes son la misma cosa: un poco de jabón para llenarse la boca de espuma!»

El público gozaba con esas extravagancias, que él llamaba «Medinadas», y que no le impidieron ser uno de los animadores más capaces en espectáculos de alto rango, como los Conciertos de la Filármonica, que presentaba y comentaba por la radio, o el más divertido miembro de *La Bolsa del Saber*, un panel de radio donde hacía galas de sus grandes conocimientos.

Su memoria era prodigiosa. Una noche, encontrándome en la RHC Cadena Azul, entró un compañero, con un libro de física

bajo el brazo. Pablo Medina se le acercó y le dijo: «Voy a ver si me acuerdo de cuando yo estudiaba física.» Y ante el asombro de todos los artistas, reunidos a su alrededor, empezó a decir de memoria, mientras los demás confrontaban en el libro, las teorías de Arquímedes, de Pascal, de Torricelli... repitiendo las palabras textuales del tratado que se daba en el Instituto, por el cual había pasado Medina hacía más de veinte años.

En cierta ocasión, cuando hacía una presentación en el estudio gigante de la RHC Cadena Azul, le dijo al público presente: «Señoras y señores, la Orquesta Havana Casino va a interpretar un número cuyo título no diré, pues en cuanto ustedes oigan los primeros compases ya sabrán de qué composición se trata».

Terminada la pieza, esperó el aplauso, e inmediatamente dijo: «Escucharon ustedes el *Sueño de amor*, de Liszt, que se parece mucho a *Oración Caribe* de Agustín Lara.»

Pasado el tiempo, Zoraida Marrero, con la Orquesta de los Hermanos Castro, estrenó una canción de Pablo Medina.

Después de muchos aplausos, Medina ante el micrófono dijo:

Señoras y señores, les estoy muy agradecido por los aplausos y las felicitaciones que me han prodigado como compositor; pero quiero hacerles saber que esta canción no es mía como les había asegurado. Yo no compongo música. Esta música yo me la robé descaradamente. Los versos, que son muy malos, sí son míos, se trata, por si alguno de ustedes no lo ha adivinado todavía, de *En alas de la canción*, de Mendelssohn, que el maestro Timor, por indicación mía, transcribió en tiempo de bolero.

Años después. René Cabel había terminado de cantar *Pobre gitana*, de Rafael Hernández. El público le dedicó una sentida ovación. Medina se dirigió a los presentes: «Ya ustedes han aplaudido a René Cabel, ahora, yo les pido que aplaudan a la orquesta que ha tenido a su cargo el acompañamiento.» El público aplaudió.

Bueno, continuó Medina, ya hemos aplaudido a René Cabel y a la orquesta. Ahora creo que debemos aplaudir también a Rafael Hernández, el autor de *Pobre Gitana*. Nuevamente el público aplaudió. «Y ahora, señoras y señores —dijo Medina—, creo de justicia que también le dediquemos unos aplausos al pobre mujik ruso que en sus ratos de ocio compuso *Dos*

guitarras, la composición de donde Rafael Hernández tomó la música para hacer el número que acaban de oír.»

Aunque algunos reprochaban a Medina aquella falta de formalidad, su manera irrespetuosa de afrontar las situaciones más severas, el público y la gran mayoría de sus compañeros, le teníamos una sincera admiración.

Fue siempre un compañero leal, un amigo franco y desinteresado, que reconocía públicamente los méritos de todos sus colegas, aunque era cáustico para criticar, con la misma franqueza y sin diplomacia ninguna, cualquier defecto o deficiencia artística, ya que era muy exigente dentro del campo profesional.

Una de sus más famosas anécdotas fue aquella vez que, presentando un brillante concierto en la Cadena Azul, intervino en el programa una de esas *divas* desconocidas, que se imponen por recomendaciones e influencias con los directores de las plantas. la dama atacó una difícil Romanza de Lecuona, con una deficiente impostación de la voz, una emisión nasal insoportable.

Al terminar el número, Pablo avanzó muy serio hacia el micrófono, frente a un numeroso público que llenaba el estudio y dijo: «Han escuchado ustedes a la original cantante, señora X, quien nos ha brindado *un solo de adenoides*.»

Y continuó tranquilamente el programa, entre las carcajadas del público, que no olvidó nunca aquella «Medinada».

APÉNDICES

APÉNDICE I

EN LOS ALBORES DE NUESTRA RADIOTELEFONÍA ESTACIONES TRASMISORAS INSTALADAS EN CUBA MAYO 1923⁶⁸

Radio Gráfico

Año 1	Director: Alberto Giró	No.2
Lorenzo Zayas	HABANA	Lic. No.1 ⁶⁸
Alberto S. Bustamante	Obrapía No. 93 y 95	Lic. No. 24
	15 et. J y K	2AB

68 En estos años, la entrega de las licencias no obedecía a un orden cronológico.

Por esa época había emisoras en el aire durante meses sin el permiso ni la licencia; y otras, con el permiso y la licencia, no estaban aún en el aire. Es decir, que las fechas de expedición de las licencias que aparecen en los expedientes no siempre son exactas. Hay un hecho muy curioso que demuestra la falta de solidez del orden cronológico: la emisora 2DW, propiedad de Lorenzo Zayas, situada en Obrapía 93 y 95, La Habana, Clase A, licencia No. 1, fue construida por Luis Casas Rodríguez, sin cobrar un centavo, después que Zayas escucha la 2LC en el aire, y a petición de éste que era muy amigo de Casas Romero.

Mario García Vélez	3ª No. 286	Clase C	Lic. No. 7	2OK
Frederick W. Borton	25 No. 349	Clase B	Lic. No. 10	2BY
Dr. Miguel Saaverio	Egido No. 1	Clase A	Lic. No. 11	2CX ⁶⁹
Frederic W. Borton	Galiano 29 esq. Ánimas	Clase C	Lic. No. 12	
Amadeo Sáenz de Calahorra	D'Estrampes No. 461	Clase B	Lic. No. 14	2EV
Westinghouse Electric Inter.	Obispo 461	Clase A	Lic. No. 13	
Radio Advertising Co.	Ave. República 32	Clase C	Lic. No. 15	2AZ
Diario de la Marina	Prado 103	Clase D	Lic. No. 16	2TW
Roberto E. Ramírez	Obrapía 86	Clase C	Lic. No. 17	2HC
Heraldo de Cuba	A.M. Lezcano 36 y 40	Clase C	Lic. No. 20	
John L. Stowers	San Rafael 29		Lic. No. 24	
Luis Casas Romero	Ánimas 99		Lic. No. 26	2LC

MATANZAS

Dr. Ernesto Valdés Figueroa	Independencia 130	Clase A	Lic. No. 2	
José R. Ponte	San Alejandro 6		Lic. No. 4	

69 Esta emisora, 2CX, aparece en otras relaciones como telegráfica.

SANTA CLARA

Frank H. Jones

Tuinicú

6KW

CIENFUEGOS

Dr. Antonio Tomás Figueroa
Eduardo Terry
José Ganduxe Margarit
Valentín Ullivarri y Lavale

Santa Elena 164
San Carlos 197
Santa Elena No. 277
San Luis No. 54

6CX
6DW
6BY
6AZ

Lic. No. 7

SANTIAGO DE CUBA

Alfredo Brooks Galo
Baltazar Moa
Alberto Ravelo

B. Masó alta No. 11
Santa Rita alta 15
Marina baja No. 8

Clase A
Clase B

Lic. No. 3
Lic. No. 18

8AZ
8BY

Como se puede apreciar en la relación anterior de estaciones transmisoras instaladas en Cuba en mayo de 1923, se deduce que hasta ese momento se han expedido 26 licencias en toda la Isla (con la licencia No. 26 perteneciente a la 2LC del teniente Luis Casas Romero).

Sin embargo, en la relación sólo aparecen 24 propietarios, de los cuales 19 tienen el número de la licencia y 5 no. De las 19 licencias, dos están repetidas (la 7 y la 24), es decir, por error faltan dos.

Es posible que en esta fecha hayan algunas con permisos, *no* licencias, y al no estar inauguradas oficialmente no aparezcan en la relación.

Un ejemplo de ello es la emisora 2MG, propiedad de los hermanos Manuel y Guillermo Salas, situada en San Rafael 14, La Habana, y la 6EV, más tarde 6LO, y a partir de 1930 CMHD, de Caibarién, cuyo propietario era Manuel Álvarez.

Obsérvese que no aparece la PWX de la Cuban Telephone Company ya que como es de suponer, a partir de ella se empiezan a extender las licencias, toda vez que no existía legislación sobre el nuevo invento.

APÉNDICE II

ESTACIONES TRASMISORAS Y RECEPTORAS DE RADIOTELEGRAFÍA AUTORIZADAS POR LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

	Localidad	Onda	Energía
PWX CUBAN TELEPHONE Co* ⁷⁰	Habana	400 M.	500 W.
2DW Lorenzo Zayas *	"	200 M.	20 W.
2AB Alberto S. de Bustamante*	"	250 M.	20 W.
2OK Mario García Vélez*	"	360 M.	100 W.
2BY Frederick W. Borton*	"	255 M.	100 W.
2CX Frederick W. Borton*	"	360 M.	500 W.
2EV Westinghouse Elec. Inter. Co.**	"	200 M.	20 W.
2FU Amadeo S. de Calahorra**	"	275 M.	500 W.
2GT Radio Advertising Co.**	"	360 M.	500 W.
2AZ Diario de la Marina*	"	500 M.	500 W.
2TW Roberto E. Ramírez**	"	230 M.	20 W.
2HC Heraldo de Cuba*	"	275 M.	100 W.
2YR John L. Stower**	"	200 M.	10 W.
2LC Luis Casas*	"	360 M.	30 W.
5AZ Dr. Ernesto Valdés Figueroa**	Matanzas	200 M.	50 W.
5CX Erasmo Brito Armas**	"		
5DW Ramón Sarría Calderón*	"	250 M.	10 W.
6KW Frank H. Jones*	Tuinicú	340 M.	100 W.
6XJ Frank H. Jones*	"	340 M.	100 W.
6CX Dr. Antonio Tomás Figueroa**	Cienfuegos	200 M.	200 W.
6DW Eduardo Terry**	"	200 M.	500 W.
6BY José Ganduxe Margarit*	"	200 M.	20 W.
6AZ Valentín Ullivarri y Lavale*	"	150 M.	200 W.
8AZ Alfredo Brocks y Calo**	Oriente	250 M.	100 W.
8BY Alberto Ravelo**	"	250 M.	100 W.
8CX Baltasar Mas**	"	275 M.	10 W.
Eduardo S. de Fuentes*	Habana		
Miguel Saaverio Gavancho*	"		
Julio E. Power*	"		

70 *Emisoras con licencia concedidas.**Emisoras con licencia en tramitación. Obsérvese que hay tres emisoras que no tienen onda ni energía.

Hemos copiado esta relación, que es la oficial enviada al cronista del *Heraldo de Cuba (Sparks)*, con fecha 10 de junio de 1923, por la Secretaría de Comunicaciones para su divulgación, por ser una prueba fehaciente de la poca vigilancia que existía sobre lo que se publicaba en revistas y periódicos en aquella época.

Confrontando la revista *Radio Gráfico* que aparece en el número de mayo con esta que se publica en los primeros días de junio, es curioso cómo se repiten algunos hechos, además de aparecer otros, si hacemos un análisis tratando de conocer con exactitud las emisoras que con permisos unas, con licencias otras, y tramitándose las demás, ya trasmitían oficialmente, inauguradas o no.

De acuerdo con nuestras investigaciones, hemos podido comprobar que en toda esta primera etapa se repetía mucho el caso de emisoras que, iniciadas como radioaficionadas, pasaban a realizar programaciones sin la licencia debida, hasta que mucho después legalizaban su situación oficialmente, de acuerdo con las fechas que aparecen en sus respectivos expedientes.

APÉNDICE III

RELACIÓN DE LAS ESTACIONES RADIOTELEFÓNICAS TRASMISORAS AUTORIZADAS HASTA LA FECHA

Heraldo de Cuba, 16 de diciembre de 1923

SPARKS

Llamada	Propietario	Dirección	L.O.	E.
PWX	Cuban Telephone C. Lorenzo Zayas	Águila 161 Obrapía 95	H. 400	500 100
2AB	Alberto S. Bustamante	15 ct. J y K	H. 240	20
2OK	Mario García Vélez	3ª No. 286 Vedado	H. 360	100
2BY	Frederick B. Borton	25 No. 349 Vedado	H. 260	100
2CX	Frederick B. Borton	Galiano 29	H. 320	10
2EV	Westinghouse Elec. Co.	S. Fco. y Salud	H. 220	50
2TW	Roberto E. Ramírez	Obrapía No. 86	H. 230	20
2HC	Heraldo de Cuba (instalándose)	A. Ma. Lazcano No.36	H. 275	500
2LC	Luis Casas	Neptuno No. 118	H. 250	30
2KD	E. Sánchez de Fuentes	H. No. 93	H. 350	100
2MN	Fausto Simón	Hotel Plaza	H. 270	300
2MG	Manuel G. Salas	San Rafael 14	H. 280	20
2JQ	Raúl Pérez Falcón	Baños No. 30 Vdo.	H. 150	10
2KP	Álvaro Daza	S. Fco. y Salud	H. 200	10
2MG	Julio Power	Luco letra F. Luyanó	H. 180	20
2OL	Oscar Collado	Neptuno No. 97	H. 290	15
2WW	Amadeo Sáenz	Milagros y J. Delgado	H. 210	20
5EV	Leopoldo V. Figueroa	Martí No. 19	H. 340	100
6KW	Frank H. Jones	Central Tuinicú	275	100

Llamada	Propietario	Dirección	L.O.	E.
6KJ	Frank H. Jones ⁷¹	C. Tuinicú. Tuinicú	360	100
6CX	Antonio T. Figueroa	Cristina No. 164 Cienf.	170	20
6DW	Eduardo Terry	San Carlos No. 197 Cienf.	225	10
6BY	José Ganduxe	Gasel y Argüelles Cienf.	300	100
6AZ	Valentín Ullivarri	Sta. Elena 277 Cienf.	200	10
6EV	Josefa Álvarez ⁷²	Céspedes 2 Caibarién	225	20
8AZ	Alfredo Brooks	B. Masó alta 11. S. de C.	240	20
8BY	Alberto Ravelo	Vista Alegre S. de Cuba	250	100
8FU	Andrés Vinent	Santiago alta 11. S. de C.	225	15
8DW	Pedro C. Andux	Hartman alta 10. S. de C.	275	50
8EV	Eduardo Mateo	Hartman baja 4. S. de C.	180	75

71 La 6KJ aparece en el folleto que envía Frank H. Jones en 1924 como *souvenir* a los radioyentes norteamericanos, con el indicativo 6XJ, como planta experimental de onda corta.

De acuerdo con los trescientos sesenta metros asignados no es posible, que haya sido de onda corta, ya que ese metraje o frecuencia es de onda media. Es necesario aclarar que nosotros llamamos indebidamente a la banda de radiodifusión «onda larga», cuando en realidad es «onda media» ya que la larga solamente se utiliza hasta el presente en nuestro continente, para servicio meteorológico y faros de navegación.

72 Sale por vez primera la emisora de Manuel Álvarez; sin embargo, por esa época él la tiene a nombre de su hermana, que como dato curioso es la primera mujer que aparece como dueña de una emisora en la América Latina. También es interesante observar como la 2AZ del *Diario de la Marina* no aparece.

APÉNDICE IV

NUEVOS INDICATIVOS PARA LAS ESTACIONES RADIODIFUSORAS

Relación de las estaciones radiodifusoras establecidas en 1930

	PROPIETARIO	DOMICILIO	LOCALIDAD	KILOCICLOS	METROS	WATTS
CMC	Cuban Telephone Co.	R. M ^a de Labra 161	H	840	357	500
CMI	Instituto Provincial	Zulueta y Ttc. Rey	H	815	368	500
CMK	Cía. Cuban Radiodif.	Hotel Plaza	H	730	411	2000
CMW	Columbus C. and R. Co.	Pasco de Martí 103	H	600	500	1000
CMX	Fco. Lavín	San Lázaro 99	H	916	327	250
CMAA	Antonio Sarasola	Sánchez 22	Maríel	1090	275	30
CMAB	Fco. Martínez	Manuel Landa 73	P. del Río	1250	240	20
CMBA	Oscar Montenegro	Compostela 69	H	1175	255	50
CMBB	Alberto Álvarez	Cuarta Ave. 43	Hershey	1331	226	30
CMBC	Domingo Fdez. Cruz	Máximo Gómez 139	H	887	338	100
CMBD	Luis Pérez García	Enamorados y Flores S.S.	H	622	482	50
CMBE	Fernando Mendoza	Aramburu 23 altos	H	1219	246	15
CMBF	José G. Reigada	K entre 21 y 23, Vedado	H	680	441	15
CMBG	Francisco Garrigó Artigas	4 No. 85	S. de las Vegas	1360	220.5	5
CMBH	Adolfo Huber	Chaples 8, Víbora	H	1265	237	30

PROPIETARIO	DOMICILIO	LOCALIDAD	KILOCICLOS	METROS	WATTS
CMBI Heriberto Meireles	Enamorados 94, S. Suárez	H	1135	264	15
CMBJ Eladio González	Justicia 18-A, Luyanó	H	887	338	15
CMBK José L. Ferriol	San Manuel 22	Marianao	1006	298	15
CMBL Julio C. Hidalgo	Zapata entre 6 y 8, Vdo.	H	1265	137	15
CMBM José Leiro	Gutiérrez Letra C	Marianao	1019.7	294	7.5
CMBN Juan Valdés Díaz	Ave. C. Barreras, Rpto. Alday	H	1395	215	40
CMBO Rómulo Masvidal	Villegas 46	H	1485	202	15
CMBP Ricardo Perkins	Crespo 9	H	1350	222	15
CMBQ José M ^a Peiró	Calle 6 No. 9, Vedado	H	952	315	50
CMBR Tomás Baisil	Ave. 6 e/ F y G, A. Apolo	H	1488	201.5	15
CMB S Enrique Artalejo	Czda. esq. H, Vedado	H	680	441	50
CMBT Emilio Perera	Trocadero 111, altos	H	789	380	15
CMBV José Lara	Patrocínio 29, Víbora	H	1462.5	205	15
CMBW Modesto Álvarez	A e/ 6 y 8, La Sierra	Marianao	1027	292	50
CMBX Bertín Hernández	Figuras 47	H	1098	273	15
CMBY Lino E. Cosculluela	Antonio Díaz Blanco 37	H	612	490	200
CMBZ Manuel y G. Salas	San Rafael 14	H	1027	292	100
CMCA Manuel Cruz	Industria 106	H	1135	264	20
CMCB José Fernández Suviaur	25 No. 445, Vedado	H	952	315	150
CMCC Radio Club de Cuba	Genios 23, altos	H	1219	246	15
CMCD Ángel Bertematy	J. Peregrino 108	H	1395	215	15
CMCE Julio E. Dower	Águila 24, C.	H	1098	273	100
CMCF Raoul Karman	Rayo 67	H	644	466	250

PROPIETARIO	DOMICILIO	LOCALIDAD	KILOCICLOS	METROS	WATTS
CMCG José Justo Morán	Martí 25	Guanabacoa	680	306	30
CMCH Rafael Fdez. Morejón	Estrella 121	H	930	323	20
CMCI Eusebio Solís	Juana Alonso 9, Luyanó	H	1360	220.5	5
CMCJ Sociedad Teosofica Cuba	27 de Noviembre No. 8	H	1062	282.5	15
CMCK Roberto E. Ramírez	Obrapia 86	H	1315	228	10
CMCL Benito Vieta Ferro	Obispo 83	H	1315	228	30
CMCM Antonio A. Guinard	Reina y Ave. Buen Retiro	Marianao	1175	225	15
CMGA Leopoldo V. Figueroa	Martí 19	Colón	834	360	300
CMGB José Añorga	Tirry 78	Matanzas	974	308	7.5
CMGC Oscar Mechoso	Independencia 56	Matanzas	1064	282	30
CMGD Rafael Rodríguez	Navia 69	Matanzas	1200	250	5
CMHA José Ganduxe	Argüelles 200 A	Cienfuegos	1154	260	200
CMHB Santiago Ventura	Colón 156	S. La Grande	1500	200	10
CMHC Frank H. Jones	Central Tuinicú	Tuinicú	791	379	500
CMHD Manuel A. Álvarez	María Escobar 17	Caibarién	920	325	250
CMHE Juan del Regato	Colón 33	Santa Clara	1429	210	20
CMHF Diego Ibarra	José María Espinosa 23, Cam.	Camajuaní	1500	200	20
CMJA Pedro Nogueras	Maceo 1	Camagüey	1332.5	225	10
CMJB Eduardo V. Figueroa	Independencia 76	C. de Avila	1332.5	225	10
CMJC Feliciano Isaac	Estrada Palma 30	Camagüey	1321	227	15

PROPIETARIO	DOMICILIO	LOCALIDAD	KILOCILOS	METROS	WATTS
CMJD Porfirio de la Cruz. ⁷³	República 39	C. de Avila	1561	192	15
CMKA Arturo C. de Ribas	Vista Alegre	S. de Cuba	1470	204	20
CMKB Melchor Agüero	Estrada Palma alto 1	S. de Cuba	1200	250	15

73 Para evitar la interferencia se cambiarán más tarde en algunas emisoras los canales en K y metros.

INDICATIVOS

A partir de 1930, le fueron asignadas a Cuba, por acuerdo internacional, las letras CM para comenzar la identificación de sus emisoras de onda media. La tercera letra varía de acuerdo con la provincia donde estas estén situadas. La cuarta letra es a voluntad, siempre y cuando no haya otra igual.

A la ciudad de La Habana se le asignaron como terceras letras la B y C, aunque algunas emisoras inscriptas con anterioridad quedaron tal cual estaban. Ejemplo: CMC, CMX, CMI, CMK, CMW.

A Pinar del Río le correspondió la A. A Matanzas, la G. A Las Villas, la H. A Camagüey, la J. Y a Oriente, la K.

En cuanto a la onda corta, se le asignaron a todas las provincias las letras CO. La tercera letra juega con la provincia y la cuarta queda a voluntad del radioemisor.

APÉNDICE V

EMISORAS DE ONDA LARGA EN LA HABANA 1939

<i>CLAVE</i>	<i>Kc</i>	<i>Nombre Comercial</i>	<i>Estudios</i>
CMW	550	Voz de las Antillas	Prado 553
CMCY	590	Autrán y Carbó	GNo, 509, Vedado
CMCD	630	La Voz del Aire	G y 25, Vedado
CMCR	660	Bodegas Morera	Infanta 1155
CMBC	690	El Progreso Cubano	Monte 467
CMK	720	Radiodif. O'Shea	Edif. Packard
CMBL	750	Cadena Suaritos	25 No. 1115, Vedado
CMQ	780	Jabón Candado	Monte y Prado
CMCF	810	General Electric	Prado 63
CMCM	850	—————	23 No. 1216, Vedado
CMX	880	La Casa Lavín	Reina 314
CMOA	910	—————	Aguiar y Muralla
CMBZ ⁷⁴	940	Radio Salas	San Rafael 108
CMCK	970	Jabón La Llave	San Miguel 314
CMCU	1010	García Serra	Palma y Poej
CMCH	1050	—————	Nuevo Frontón
CMBX	1080	Radio Álvarez	San Miguel 570
CMCJ	1110	Riveiro y Cairo	Estévez 4
CMBG	1140	—————	Hospital 658
CMBS	1170	Radio Artalejo	Calzada y D
CMCO	1200	—————	Oficios 558
CMCB	1230	La Metropolitana	O'Reilly
CMBD	1260	—————	17 y O, Vedado
CMCG	1290	—————	Malecón 673
CMBQ	1320	Ideas Pazos	Centro Gallego
CMCA	1350	Ironbeer Fosfatado	Galiano 464
CMCW	1380	La Predilecta	Malecón y Galiano
CMCQ	1410	La Voz de Cuba	Loma del Mazo
CMBY	1440	Casa de las Medias	Infanta 159
CMCX	1470	—————	Guanabacoa
CMOX	1500	—————	10 y 19, Vedado
CMC	1530	—————	Prado 18

74 La filial de onda corta de estas emisoras se identificaba por la igualdad en la última letra de ambas claves y la misma dirección de los estudios.

CLAVE	Kc	Nombre comercial	Estudios
CMBF	1560	————	Puentes Grandes
CMBH	1600	————	Edificio «Heraldo»

En 1940, La Habana, con 600 000 habitantes tiene 36 emisoras; y Buenos Aires, con más de 2 000 000, sólo tiene 17.⁷⁵

75 *Radio Magazine*, 1940

EMISORAS EN EL INTERIOR DE LA REPÚBLICA

Onda Larga y Corta 1939⁷⁶

<i>Clave</i>	<i>Kc</i>	<i>Localidad</i>
CMHW	680	Santa Clara
CMKS	710	Guantánamo
CMJK	740	Camagüey
CMKW	770	Santiago
CMGH	790	Matanzas
CMJA	860	Camagüey
CMHO	870	Sagua
CMKD	910	Santiago
CMHD	920	Trinidad
CMJF	930	Camagüey
CMKL	950	Bayamo
CMHI	1060	Santa Clara
CMJW	1070	Camagüey
CMKM	1080	Manzanillo
CMHA	1090	Sagua
CMHP	1100	Placetas
CMGF	1120	Matanzas
CMJI	1130	C. de Ávila
CMKG	1150	Santiago
CMHJ	1160	Cienfuegos
CMKX	1190	Banes
CMHK	1210	Cruces
CMJE	1230	Camagüey
CMAB	1240	P. del Río
CMHB	1240	Sancti Spiritus
CMKC	1250	Santiago
CMJO	1260	C. de Ávila
CMHD	1270	Caibarién
CMKO	1280	Holguín
CMJK	1290	Camagüey
CMKE	1310	Manzanillo
CMJH	1360	C. de Ávila
CMGE	1370	Cárdenas
CMGC	1390	Camagüey

76 *Radiomanía*, marzo de 1939.

<i>Clave</i>	<i>Kc</i>	<i>Localidad</i>
CMKR	1400	Santiago
CMGC	1400	Matanzas
CMJP	1420	Morón
CMKZ	1430	P. Soriano
CMHM	1450	Cienfuegos
CMKF	1460	Holguín
CMHX	1480	Cienfuegos
CMHQ	1490	Santiago
CMRT	1580	Güines
COKG	6200	Santiago
COHB	6280	Sancti Spiritus
COGF	11805	Matanzas

En 1948 se registró un ligero aumento en provincias. (28 emisoras en La Habana; 53 emisoras en el interior; 15 emisoras de onda corta en La Habana.)⁷⁷

EMISORAS DE ONDA CORTA EN LA HABANA 1939

<i>Clave</i>	<i>Kilociclos</i>	<i>Estudios</i>
COL2 ⁷⁸	1712	Policía Nacional
COCO	6010	San Miguel 314
COCD	6130	G y 25, Vedado
COCW	6330	Prado 553
COCQ	8830	Monte y Prado
COBZ	9030	San Rafael 108
COBX	9200	San Miguel 570
COCH	9428	Nuevo Frontón
COCM	9833	23 No. 1216
COBC	9980	Monte 467
COCX	11435	Reina 314

⁷⁷ *Radio Guía*, noviembre de 1948.

⁷⁸ Es la única emisora que no tiene filial en onda larga.

NOTA DE AGRADECIMIENTO

Deseo agradecer a la Doctora Diana Abad Muñoz su estrecha colaboración en las labores de asesoramiento.

No es posible consignar los nombres de todos aquellos que desinteresadamente durante más de quince años, me hicieron entrega de libros, revistas, periódicos, libretos, fotografías, documentos y testimonios. A todos, mi reconocimiento.

Y como homenaje póstumo, a aquellos cuyo testimonio orales o escritos enriquecieron esta obra.

He aquí sus nombres:

José Antonio Alonso, Sergio Acebal, Marcos Behemaras, Pilar Bermúdez, Félix B. Cainet, Agustín Campos, Ernesto Casas, Tomás Cuervo, Eddy Chibás, Reinerio Flores, Celestino García, Adolfo Gil, Juan González Gaspar, Enrique González Mántici, Adolfo Guzmán. Enrique Íñigo, Vicente Morín, Honorio Muñoz, Antonio Palacios, Rufino Pazos, *Candita* Quintana, Enriqueta Sierra, José Tabío, Roberto Valdés Arnau, *Nenita* Viera, Fernando Ortiz.

No pudiéramos concluir estas líneas sin expresar nuestro agradecimiento a los compañeros Osmany Cienfuegos, Félix Pita Rodríguez y José Antonio Portuondo, quienes en momentos en que pensábamos que llevar a cabo esta empresa era una meta demasiado ambiciosa, supieron alentarnos: ¡Adelante!

La Habana, 1975.

BIBLIOGRAFÍA

- ARDÉVOL, JOSÉ. *Introducción a Cuba. La música*. La Habana, Instituto del Libro, 1969.
- ARIAS RUIZ, ANÍBAL. *El mundo de la televisión*. Madrid, 1971.
- BACARDÍ MOREAU, EMILIO. *Crónicas de Santiago de Cuba*. Tipografía Arroyo Hermanos, t. I y IV, 1925.
- BARRAL, GERMINAL. *Ellas y ellos*. La Habana, 1943.
- BENÍTEZ, JOSÉ A. *Técnicas periodísticas*. La Habana, 1971.
- BLESH, RUDI. *Shinning Trumpets*, 1953.
- BUCHLÓPEZ, ERNESTO. *Santiago de Cuba. Ciudad de heroísmo y de leyenda*. La Habana, Editorial Lex, 1947.
- CAMPOS, ARMANDO DE MARÍA. *El teatro del aire*. México, 1937.
- _____. *Periodismo en micrófono*. México, 1938.
- _____. *Nuevas crónicas sobre teatro del aire*. México, 1942.
- _____. *Informe sobre el teatro social. XIX-XX. Testimonios y comentarios*. México, 1959.
- CARPENTIER, ALEJO. *La música en Cuba*. México, Fondo de Cultura Económica, 1946.
- CASAS SANTASUSANA ENRIQUE *Publicidad por radio*. Madrid, 1954.
- CASSIRER, HENRYR. *Televisión y enseñanza*. París, UNESCO, 1961.

- CASTILLO FAÍLDE, OSVALDO. *Miguel Faílde, creador musical del danzón*. La Habana, Editora del Consejo Nacional de Cultura, 1964.
- COE, DOUGLAS *Marconi, precursor de la radiotelefonía*. 1945.
- COLLINS, A. FREDERICKS *Wireless Telegraphy. Its History, Theory and Practitice*. New York, 1905.
- CORWIN, NORMAN. *Thirteen by Corwin*. New York, 1942.
- CRUZ, MARY. *Creto Gangá*. La Habana, Ediciones Unión, 1974.
- DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO *Salvat*. Madrid, t. IX, 1947.
- DILLON, JOSEPHINE *Modern Acting*. New York, 1940.
- D'OLIVA, FRANCOM *Siete radio-comedias*. La Habana, 1941.
- DUNLAP, ORRINE JR. *Radio Televisión Almanac*. New York, 1951.
- DYGERT, WARREN B. *Radio as an advertising Medium*. New York, 1939.
- ENCICLOPEDIA *BARSA*. New York, t. X, 1958.
- ENCICLOPEDIA *BRITÁNICA* Londres, 1959.
- ENCICLOPEDIA *DELLO SPETTACOLO* Italia, 1959.
- ENCICLOPEDIA *ILUSTRADA CUMBRE*. México, t. 8, 1966.
- ENCICLOPEDIA *SALVAT PARA TODOS*. Pamplona, Monitor, 1969.
- ENCYCLOPEDIA *AMERICANA*. New York, 1958.
- ENCYCLOPEDIA *BRITÁNICA*. The New, vol. VIII, 1973.
- FERRARI, FERNANDO *Radio y televisión*. México, 1957.
- FERRER DE COUTO, AUGUSTO *Cien vidas humanas*. La Habana, 1962.
- GAITÁN ESTÉVEZ, LUIS. *La televisión y su mundo*. Madrid, 1961.
- GELAT, ROLAND *The Fabulous Phonograph*. New York, 1962.
- GILL, LESLIE E. *Publicidad y psicología*. Buenos Aires, 1956.
- GONZÁLEZ FREIRE, NATIVIDAD *Teatro cubano*. La Habana, 1961.

- GRAN ENCICLOPEDIA DEL MUNDO. Madrid, t. 12, 1968.
- HERCE, FÉLIX. *Guía musical del radioyente*. México, 1946.
- JENKS, LELAND. *Nuestra colonia de Cuba*. La Habana, Ediciones R, 1966.
- KRIVENKO, N. *Prensa, libros, radio y televisión en la URSS*. S/a.
- KUDRIAVSET, P. S. *Ideas físicas del siglo XVIII*. La Habana, 1962.
- LARRONDO MAZAS, ENRIQUE *Francisco Covarrubias, fundador del teatro cubano*. La Habana, 1928.
- LEÓN, ARGELIERS *Música folklórica cubana*. La Habana, Bibliotecas Nacional José Martí, 1964.
- LINARES, MARÍA TERESA. *La música y el pueblo*. La Habana, Editorial Pueblo y Educación, 1974.
- MARTÍNEZ DALMAU, EDUARDO *Luisa Martínez Casado*. La Habana, 1948.
- MILLÁN, JOSÉ AGUSTÍN *Biografía de don Francisco Covarrubias*. La Habana, 1851.
- NUEVA ENCICLOPEDIA SOPENA. Madrid, t. IV, 1959.
- ORTIZ, FERNANDO. *La africanía de la música folklórica de Cuba*. La Habana, Universidad central de Las Villas, 1965.
- _____. *Los bailes y el teatro de los negros en el folklore de Cuba*. La Habana, Ministerio de Educación, Dirección de Cultura, 1951.
- _____. *Los negros curros*. *Archivos del Folklore* (La Habana) (3): 27-50; julio-septiembre de 1928.
- _____. *Los negros esclavos*. La Habana, Revista Bimestre Cubana, 1916.
- PINO-SANTOS, OSCAR. *El asalto a Cuba por la oligarquía financiera yanqui*. La Habana, Casa de las Américas, 1973.
- PALACIOS ESPEJO, ANTONIO *Tres actos*. La Habana, 1958.
- PALGUNOV, NICOLAI *La prensa y la opinión pública*. La Habana, 1962.

- PÉREZ BEATO, MANUEL. *Habana antigua. Apuntes históricos*. La Habana, Seoane, Fernández y Ca., Impresores, 1936.
- PERLO, VÍCTOR. *El imperio de las altas finanzas*. La Habana, Editora Política, 1963.
- PROVEYER, JOSÉ. *Radioperiodismo*. La Habana, 1952.
- RAMÍREZ, SERAFÍN. *La Habana artística. Apuntes históricos*. La Habana, Imp. del E. M. de la Capitanía General, 1891.
- REMO, JUAN J. *Micrófonos*. La Habana, 1937.
- RHEIM, EDUARD. *Maravillas de las ondas*. Madrid, 1955.
- ROBREÑO, EDUARDO. *Historia del teatro popular cubano*. La Habana, Oficina del Historiador de la Ciudad, 1961.
- RODRÍGUEZ, EZEQUIEL. *La trova. Iconografía, creadores e intérpretes*. La Habana, Consejo Provincial de Cultura, 1966.
- _____. *El danzón. Iconografía, creadores e intérpretes*. La Habana, Consejo Provincial de Cultura, 1967.
- SANROFERT, MIGUEL ÁNGEL. *Inventos e inventores*. La Habana, 1961.
- SCHOLES, PERCY A. *Diccionario Oxford de la música*. La Habana, Editorial Pueblo y Educación, 1974.
- TARDIEU, JEAN. *Grandeurs et Faiblesses de la radio*. París, UNESCO, 1969.
- TOLÓN, EDWIN T., Y JORGE ANTONIO GONZÁLEZ. *Óperas cubanas y sus autores*. La Habana, 1943.
- UNESCO. *La radio y la educación fundamental en las regiones insuficientemente desarrolladas*. París, UNESCO, 1961.
- VARIOS. *Cuba en la mano*. La Habana, 1939.
- _____. *El libro de oro de la televisión*. La Habana, 1953-1954.
- _____. *El periodismo en Cuba*. La Habana, 1935.
- _____. *La publicidad actual: teoría y práctica*. La Habana, 1957.

- _____. *La tribuna radiofónica rural del Canadá*. París, UNESCO, 1954.
- _____. *Los inventores célebres*. Madrid, 1963.
- _____. *Monopolios norteamericanos en Cuba*. La Habana, Editorial de Ciencias Sociales, 1973.
- _____. *Radio Phone*. New York, 1922.
- VELILLADE SOLÓRZANO, MARTÍN. *La publicidad actual: teoría y práctica*. La Habana, 1957.
- VILARDELL ADAN, LUISA. *Micro-voz*. La Habana, s/a.
- WALTER, GERALD. *Biografía de Lenin*. La Habana, Editora Política, 1970.
- ZHEREBTSOV, Y. *Fundamentals of Radio*. Moscow, s/a.

REVISTAS

AGUILERA
AHORA
ALGO
ALMANAQUE
ANIVERSARIO
ANUARIO ARTÍSTICO
ANUARIO CINEMATOGRAFICO Y RADIAL CUBANO
ANUARIO DE LA RADIO
ANUARIO DIRECTORIO DE CINE, RADIO Y TELEVISIÓN
ARCHIVOS DEL FOLKLORE CUBANO
ARMONÍAS
ARTE
ASIES
A TRAVÉS DEL MICRÓFONO
BIOGRAFÍAS
BOHEMIA
CANCIONERO
CANCIONERO CUBANO
CANDILEJAS
CANTACLARO
CANTANDO

CARTELES
CINE GRÁFICO
CINEMA
CINE MUNDIAL
CIRCUITO
CUBAMENA
CODAZOS
CUBAN TELEPHONE MAGAZINE
CHIC
CHIST-PAZOS
ECOS DE LA RHC CADENA AZUL
EL PAÍS GRÁFICO
ELLAS
ESTRELLAS CONTINENTALES
ESTUDIOS AFROCUBANOS
FARÁNDULA
FIGURAS DE LA FARÁNDULA CUBANA
FIGURAS DEL ARTE
GACETA OFICIAL DE LA REPÚBLICA DE CUBA
GLORIFICACIÓN DE LA CMQ
GUIÓN
ICR
LA POLÍTICA CÓMICA
LA SEMANA
LETRAS MUSICALES
MELODÍAS
MELÓDICO
MICRÓFONO
ONDAS
ORBE
RADIALES
RADIO AMATEUR
RADIO CLUB
RADIO GRÁFICO
RADIO GUÍA
RADIO MAGAZINE
RADIOMANÍA
RADIO REVIEW
RADIO SELECCIONES
REVISTA TELEFÓNICA CUBANA

REVISTA TELEFÓNICA INTERNACIONAL
RITMOLANDIA
ROMANCES
SHOW
SOUVENIR RADIAL
SOUVENIR RHC CADENA AZUL
SWING MAKERS
TALÍA
TEATRO ALEGRE
TELE-GUÍA
TELE MICRO
TELE PROGRAMAS
ZIG-ZAG
PERIÓDICOS
ALERTA
EL ARTISTA
EL AVANCE CRIOLLO
EL CAMAGÜEYANO
DIARIO DE CUBA
EXCELSIOR EL PAÍS
HERALDO DE CUBA
INFORMACIÓN
EL MUNDO
EL PAÍS
EL CRISOL
DIARIO DE LA MARINA
LA DISCUSIÓN
NOTICIAS DE HOY
PRENSA LIBRE
FOLLETOS Y BOLETINES
BOLETÍN CIRCUITO CMQ S.A.
BOLETÍN DE COMUNICACIONES
BOLETÍN MENSUAL DE RADIO
CMQ CANDADO
CUADERNOS DE LA UNIVERSIDAD DEL AIRE
CIRCUITO CMQ
LA RADIO EN CUBA COMO MEDIO E PUBLICITARIO
MAGAZINE CANDADO
MEMORIA ANUAL DE LA ACAT: 1933-1934
PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN EN la URSS

*REGLAMENTO DE LA ACATRCT
REGLAMENTO DE LA COMISIÓN DE ÉTICA RADIAL
SIGA S.A.*

TESTIMONIOS

JOSEFINA ALFONSO
PACO ALFONSO
LEOPOLDO ALONSO
MANOLÍN ÁLVAREZ
RAFAEL P. ANCKERMANN
GASPAR ARIAS
MARÍA VICTORIA CAIGNET
ISOLINA CARRILLO
LUIS CASAS RODRÍGUEZ
RICARDO DANTÉS
LEOVIGILDO DÍAZ DE LA NUEZ
FIDEL ESCANDÓN
RAMÓN ESPÍGUL, HIJO
ERDWIN FERNÁNDEZ
XIOMARA FERNÁNDEZ
GUIDO GARCÍA INCLÁN
A. LEÓN ACOSTA
JULIO MARTÍNEZ APARICIO
LUIS M. MARTÍNEZ CASADO
GRACIELA MOLINA
JOSÉ MORANTE
SERGIO NICOLS
ENRIQUE NÚÑEZ RODRÍGUEZ
MIGUEL OJEDA
FRANCISCO PAZOS
JUAN PINEDA
GERMÁN PINELLI
FÉLIX PITA RODRÍGUEZ
JOSÉ ANTONIO PORTUONDO
PABLO RUIZ CASTELLANOS
HÉCTOR DE SOTO
EDUARDO TRISTÁ
ALBERTO VALDÉS

ENTREVISTAS ESCRITAS U ORALES

DORA ALONSO
ENRIQUE ARREDONDO
REBECA BENÍTEZ
MARIO BLANCO
ESTHER BORJA
OBDULIA BREIJO
JOSÉ ANTONIO CEPERO BRITO
FERNANDO CUETO
IRIS DÁVILA
JUSTO DÍAZ
JUAN DOMÍNGUEZ ARBELO
ÁNGEL ESPASANDE
CARLOS ESTRADA
ALICIA FERNÁN
ALBERTO FERNÁNDEZ
CORALIA FERNÁNDEZ
JOSEÍTO FERNÁNDEZ
ROSITA FORNÉS
ZOILA GÁLVEZ
SOCORRO GONZÁLEZ
ARTURO IGLESIAS
MARIO KUCHILÁN
JAVIER LEZCANO
ALBERTO LUBERTA
MARÍA MÁRQUEZ
ORLANDO MARTÍNEZ
RAFAEL MORALES
FRANCISCO MOTA
JESÚS ORTA RUIZ (EL INDIO NABORÍ)
GABRIEL PALAU
ZOILA PÉREZ
SOL PINELLI
FRANCISCO PITA RODRÍGUEZ
RODRIGO PRATS
VÍCTOR REYES
EDUARDO SABORIT
HÉCTOR SANSON
ENRIQUE SANTISTEBAN

RAÚL SELIS
JOSÉ Z. TALLET
CARLOS TORRES
GABRIEL TREMBLES
IBRAHÍM URBINO
JUSTO VEGA
RAMÓN VELOZ
GLADYS ZURBANO.

ÍNDICE

PRELIMINAR / 5

GENERALIDADES / 11

- Un siglo: dos hechos, dos hombres / 11
- Cómo fue recibida la radio oficial / 14
- Por aquellos días / 18
- Inauguración de la estación radio telefónica / 20

ETAPA ARTESANAL / 26

- PWX: la inscripción de nacimiento / 26
- Un presidente habla por la radio / 27
- Penetración capitalista / 37
- Una compañía, su revista, su emisora / 38
- Antes que vuele la cigüeña / 45
- La 2LC / 46
- ¿Quiénes surcan el éter antes del 10 de octubre? / 56
- Surge el anuncio / 57
- El primer anuncio / 58
- El segundo anuncio / 58
- En la pantalla primero... en la radio después / 59
- La planta chiquita / 61
- El aire: propiedad privada / 63
- El aire: propiedad del Estado / 64
- Romanticismo radial / 65
- Sobre el concepto del éter / 65
- Las primeras emisoras / 66

La COC / 67
La radio en provincia / 69
1922-1929: período de tanteo / 70

ETAPA COMERCIALIZADA / 75

Exceso de emisoras locales / 78
Distribución de emisoras de onda media por provincias
en 1930 / 79
La técnica de improvisación / 81
El trovador / 82
Las horas de radio / 83
La radio aprende a caminar / 84
Los artistas de la radio / 86
La orquesta / 87
Radioemisoras en el mundo / 88
Un año después / 90
Una radiodifusión peculiar / 90
Contradicción radial cubana / 92
En los albores de la literatura radial / 93
Precursores del libreto y su técnica / 95
Los cuadros de comedias / 98
Superación del radio-teatro / 100
Las primeras lecciones / 101
1930: crisis / 104
La radio aprende inglés / 105
Desaparecen los románticos / 106
Periódicos del espacio / 107
La Voz del Aire / 108
La Palabra y el Noticiero CMQ / 114
Radiario nacional / 115
El Periódico del Aire / 115
La hora en la radio / 117
Radio Reloj / 124
No tenía periódicos... pero explotaba la palabra / 130
Los industriales se alarman / 131
CMQ de la Casa de las Medias / 133
La Corte Suprema del Arte / 135
Dos décadas de lucha: el campo en la ciudad / 138
El caso de la Guajira Guantanamera / 142

El caso Clavelito / 144
La Escuela de Ciencia Popular y Buen Humor / 148
Hora Cubana de Cultura Popular / 149
El Jurado del Pueblo / 151

ETAPA MONOPOLISTA / 155

Divide y vencerás / 156
Plantas chicas y grandes / 158
La competencia / 159
Ídolos radiales / 160
E Pluribus Unum / 161
Amado Trinidad Velazco y RHC Cadena Azul / 163
La negrita que gana seiscientos pesos / 193
¿Cuánto vale el hotel? / 195
Transformación y fusión de la CMW con la RHC
Cadena Azul / 197
2AF El Progreso Cubano. CMBC Radio Progreso
La Onda de la Alegría / 198
La trayectoria del nuevo Mesías / 201
La radio es mayor de edad / 204
Confusión de estilos y disciplinas / 205
Sistemas de contratación / 206
El anunciador de la radio / 213
La locutora / 220
Cantidad contra calidad / 221
Los hilos de las marionetas / 222
El artista: una mercancía / 224
La radio aprende contabilidad / 225
Estructura del monopolio / 226
El contrato con industrias / 229
Arte y publicidad / 231
Producción en serie / 233
La línea del hábito / 234
El arte industrializado / 238
Artistas y proletarios / 241
¿Quién paga la propaganda? / 241
Conflictos del monopolio / 244
Antagonismos / 247
La guerra de los jabones / 250

La Rampa: avenida de la publicidad / 251
La batalla de los detergentes / 252
Polarización / 253
División laboral / 256
Oficinas contra estudios / 257
Los eventuales / 259
La raíz del problema / 261
Las agencias publicitarias / 263
Bailan las marionetas / 266
El Arca de Noé / 269
La Asociación Cubana de Artistas Teatrales / 269
Aníbal ad Portas... ¡La TV! / 282
El infante terrible / 284
Eslabones de la cadena / 288
El eslabón más débil / 289
Video versus radio / 290
Mil Diez: la emisora del pueblo / 291
La música en Mil Diez / 308
Radio teatro en Mil Diez / 321
El Noticiero Mil Diez / 325
El sueldo más alto en la nómina de Mil Diez / 330
El director de orquesta de una emisora / 331
¿Cuántos aparatos de radio existían en Cuba en 1956? / 332
La Universidad del Aire / 333
CMZ / 336
CMBF / 336
Despojo de la propiedad intelectual / 340
El escritor conocido... y el ignorado / 349
El libreto / 355
El libreto y la evolución de su estilo en la línea
humorística / 358
La temática campesina y tres de sus forjadores / 360
La técnica de actuación y su evolución / 362
La música a través de las tres primeras etapas / 363
En función dramática y su evolución / 364
El nexa teatral / 365
El ciclo republicano / 366
Sic transit gloria / 367
Nombres y fechas / 369
Nuestro arte y el Tío Sam / 370

Barreras del escenario / 372
Candilejas y micrófonos / 374
Causas de la decadencia / 375
La realidad presente / 377
Ritmo negro en la radio / 377
¿De dónde nos llega el gallego, el negrito y la mulata? / 381
Negritos del teatro cubano / 384
Mulatas del teatro cubano / 386
Chicharito y Sopeira / 388
El «caso» Amador Domínguez / 389
La crítica en la radio / 390
Comienzos de la crítica / 391
El ciclo del chisme / 393
Enfermedad crónica / 395
Negocio crónico / 397
El camino fácil / 398
El festín de los dioses / 401
Selecciones anuales de la prensa / 402
Los anuarios / 407
El sonido del sputnik en una serie radial / 409
El programa de mayor audiencia / 409
Investigaciones de audiencia / 410
El origen del cuestionario / 413
Psicología y radiodifusión / 414
¿Cómo se hace un survey? / 416
¿Qué significa el rating? / 417
Deformación del survey / 419
La cuestión psicológica / 420
Errores técnicos del survey / 421
Días antes del survey / 421
El rating: arma de dos filos / 428
Especialistas en rating / 429
Hablan los números / 431
El control de audiencia / 434
Hablan los programas / 437
Radiografía del monopolio / 438
El dictador de Valle Azul / 439

ETAPA DE TRANSICIÓN / 443

Madrugada en Columbia / 443

Una noticia por la radio / 443

El primer día del año / 444

Llegan los barbudos / 445

La línea expectante / 446

¿Y qué sucedió con las emisoras de radio y la Federación
de Radioemisores de Cuba? / 447

LOS CINCO PILARES / 449

Enriqueta Sierra / 449

Marcelo Agudo / 453

Emilio Medrano / 457

Guillermo de Mancha / 458

Luis Manuel Martínez Casado / 459

FORJADORES / 464

Luis Aragón / 464

Rufino Pazos / 469

Frank H. Jones / 471

Manoñín Álvarez / 474

Luis Casas Rodríguez / 476

Humberto Giquel / 481

Adolfo Gil Izquierdo / 483

Vicente Morín / 491

Félix B. Caignet / 495

Pablo Medina / 510

APÉNDICES / 515

Indicativos / 529

Nota de agradecimiento / 534

BIBLIOGRAFÍA / 535

Este libro se terminó de imprimir en los talleres gráficos
de Quebecor World Bogotá S.A., Bogotá, Colombia.

Sesenta y cinco años en el medio radial y con un sólido prestigio dentro de los distintos perfiles que domina, han permitido a Oscar Luis López escribir esta obra. «Toda la historia de la radio cubana, desde sus balbucesos iniciales hasta los días de la victoria revolucionaria, está en este libro. Y lo está vívidamente y con tal relieve, a mi entender, porque su autor ha sabido conjugar admirablemente la grande con la pequeña historia; lo esencial e insoslayable con el detalle pequeñito en apariencia, pero que es a menudo el único capaz de proyectar luz esclarecedora sobre determinados acontecimientos.

»Por haber sido testigo o actor de una parte considerable de lo que constituye materia de este libro, el testimonio que nos entrega llega hasta nosotros con la lozanía de las vivencias perdurables, la frescura de lo que tuvo lugar en un ayer cercano, pero siempre enriquecido y avalado por el relieve afilado del documento que lo sustenta y da fe.

»Con precisión minuciosa, Oscar Luis López, va situando sus recuerdos, armándolos acordadamente, ajustándolos en tiempo y espacio, equilibrándolos. Como la omnipotencia es un mito imposible, abandona la primera persona cuando el hecho a recrear no cuenta entre sus vivencias. Pero ni supone ni imagina cuando una laguna en su texto le sale al paso, porque no pretende, ni quiere, novelar, disimuladamente o no, la historia. ¿Acaso no está allí, a su lado, el fabuloso archivo de historia y de pequeña historia, que ha ido celosamente reuniendo a través de muchos años? La prueba documental establece entonces lo ocurrido, sus consecuencias, sus reflejos.

»El investigador ha ocupado por un momento el lugar del cronista y la verdad no ha perdido nada en el trasiego...»

FÉLIX PITA RODRÍGUEZ

ISBN 959-10-0763-9

