
C.D.C.
CENTRO DE DOCUMENTACION PARA LAS
COMUNICACIONES

CORPORACION UNIVERSITARIA AUTONOMA
DE BUCARAMANGA

APARTADO AEREO N°. 1642
Bucaramanga— Colombia— Sur América

La información del C.D.C. es
interés para usted.

¡utilícela!

LAS F.M. DE BUCARAMANGA

CAMBIARON A SHUMANN POR CHIQUETTE



Schumann

EDILMA PEREIRA

En Bucaramanga la radio se dedicó a Cantar. Pero no se inquiete, que el asunto no tiene que ver con mafias, tráficos o secuestros. Lo que ocurrió fue, simplemente, que las emisoras bumanguesas de Frecuencia Modulada decidieron que era más rentable cambiar el estilo musical, dedicando 1,200 minutos diarios para emitir baladas de todo tipo, ritmo, sonido, sabor y color, que seguir con la programación clásica, cuyo objetivo era recrear al oyente, a través de la música culta.

Preludio: El Público quiere F.M.

El primero de diciembre de 1978, el Ministerio de Comunicaciones, por intermedio de la secretaria del ramo, decide dar la autorización para que en Bucaramanga empiece a funcionar una emisora en Frecuencia Modulada. El objetivo: llegar a una audiencia selecta, que desde años atrás pedía la creación de una emisora con programación musical clásica.

Dos años más tarde, exactamente el dos de septiembre de 1980, hace su aparición la segunda de las F.M., cuyo inicio se vió marcado por el gran impacto que causó en el pueblo Bumangués. Peor, aunque la programación no dejaba qué desear de los grandes conciertos internacionales, algo no funcionó bien.

El balance del primer año de labores mostró que, aunque este tipo de emisoras despertaba el interés de la audiencia, esto no lograba atraer un buen número de clientes que financiaran el funcionamiento de la radio musical de estilo clásico.

Intermezzo: Las F.M. Quieren Público.

A mediados de 1983 el estado de las F.M. era crítico. El nivel de audiencia que reportaban los estudios de sintonía eran deplorables. La pauta publicitaria bajó tanto, que los emisores tuvieron que formular nuevas estrategias para "capturar" clientes y audiencia.

El primer paso para tratar de recuperar la sintonía, lo dió Géminis F.M., que optó por programar música clásica alternándola con ritmos de orquestados y baladas. Pero el cambio económico no fue muy significativo. Por su parte, Radio Santander F.M., dejó intacta su programación, porque insistía en llevar a la gente un tipo de música que a la vez de recreativa, fuera instructiva.

Sin embargo, el público no respondía. Las F.M. seguían mal. Y esto nada tenía que ver con los contenidos.

Se hizo entonces una investigación de Mercados sobre el por qué de la baja sintonía, y se concluyó que en Bucaramanga no existe público "especializado", para las emisoras "Especializadas".

Surge entonces una alternativa: Cambiar o quebrar. Y efectivamente cambiaron: De Estilo y Programador. Lo primero, porque se estableció un nuevo estilo musical; y lo segundo, porque Géminis pasó a manos de la Cadena Radial Caracol, ante la inminencia del fracaso económico.

El cambio: Un asunto económico.

Cuando los empresarios radiales consultaron las investigaciones sobre sintonía que algunas empresas publicitarias realizaron en 1984, sobre lo que la audiencia prefiere escuchar; la decisión de cambiar el estilo de programación surge como la "Tabla de Salvación".

Anteriormente, otras emisoras de F.M. de Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla, habían tenido que reestructurar la programación, y hasta el momento los resultados se mostraban favorables

En junio de 1984, Géminis Estéreo, ahora arrendada a Caracol, empezó a emitir su nueva programación. ¿Los resultados?; en

menos de dos meses, los índices de sintonía se elevaron en una escala de 2 a 10.

Y como el asunto era de competencia, Santander Estéreo optó por seguir los pasos de su cadena colega, y para diciembre del mismo año, su programación se basaba el 100% en música romántica.

Para finales del 84, las emisoras en estéreo dedicaban la totalidad de sus horarios a la emisión de baladas, llegando a acaparar más del 18% de la audiencia efectiva de Bucaramanga. Este dato es más significativo si tenemos en cuenta que en la ciudad existen alrededor de veinte emisoras, y que dos de ellas poseen una quinta parte de la sintonía total.

¿Fracaso o Éxito? las dos cosas. En primer lugar, porque quedó evidenciado una vez más, que nuestros medios de Comunicación están supeditados al factor económico para poder sobrevivir. Y en segundo lugar, porque tristemente volvemos a comprobar que en Bucaramanga la audiencia prefiere seguir adormecida con los sofismas de distracción que les presentan los medios de comunicación.

Hablan los Ejecutivos.

Aunque es lógico pensar que cuando se inicia el funcionamiento de una empresa radial se espera acaparar un alto índice de sintonía, ningún ejecutivo se imaginó el éxito de audiencia que se obtendría desde el principio. Esto, porque en primer lugar la programación de las emisoras de frecuencia modulada había sido tradicionalmente clásica, y pensaban que podía haber un rechazo inicial y continuar con una aceptación más o menos favorable. Y en segundo lugar, porque existían ya varias emisoras que programaban música romántica, por lo tanto la competencia sería muy dura.

Salvados estos inconvenientes, y con la puesta en marcha de la nueva programación, "brilla un nuevo sol" para las emisoras de estéreo, que ante la gran acogida, planean la creación de programas deportivos, culturales, cambios de estilo musical, programación noticiosa, y un sinnúmero de actividades que puedan ubicarlos siempre con los mayores "ratings" de sintonía.

"Las emisoras, como todos los demás medios de comunicación, necesitan cambiar, o están llamadas a desaparecer - dice Fernando Ardila Plata, Gerente de R.C.N., y en el cambio, el factor preponderante es la audiencia, por lo tanto, el cambio se hizo porque se quería acaparar la audiencia".

Asimismo agregó que "El cambio obedece en gran parte a cuestiones económicas, ya que Bucaramanga no es plaza para la música especializada, y si se quiere progresar, el paso es sacar el estéreo del ambiente clásico, y poner música que realmente escuche la gente".

Por su parte, Carlos Quiroga Fajardo, gerente encargado de Géminis F.M., afirmó que "La Cuestión es de competencia, y la competencia obliga a buscar lo mejor, para llegar efectivamente al público, por lo tanto, hay que saber llegar a la audiencia a través de la música que ésta prefiere. Las emisoras con música clásica pueden llevar al fracaso económico, mientras que con la programación actual de las F.M., éstas se han anotado un punto más de éxito".

"La música debe ir con la época".

Tratando de establecer lo que la gente piensa de la nueva programación en estéreo, realizamos una mini-encuesta que nos puede aclarar en por qué del éxito.

A la pregunta de si le gusta o no el nuevo estilo musical, Nelson Jaramillo, estudiante de Comunicación Social, manifestó que "en Bucaramanga las emisoras F.M., están progresando porque están dando a la gente lo que les gusta: música moderna que vaya con la época, y esto tiene que ver con el hecho de que fracasaran las emisoras de música clásica, ya que ésta no es para escuchar todo el día, la gente quiere lo de ahora, lo que vaya con la época". Por su parte, César Augusto Vargas, opina que "es la mejor alternativa de la radio porque ahora sí se escuchan las F.M., es más, el fenómeno se generalizó tanto, que hoy día en la mayoría de taxis, buses y busetas se escuchan estas emisoras, cuando antes, ni siquiera por obligación la gente escuchaba la programación de esas emisoras". Gloria Hernández, una recepcionista, afirma que "actualmente lo mejor en música se escucha en las emisoras estéreo, en primer lugar porque el sonido es mejor, y en segundo lugar, porque no tienen locutores estridentes ni propagandas a cada minuto".

El éxito de las emisoras F.M., es indudable, ya que el nivel de audiencia y el nivel económico así lo demuestran. Pero ahora, es momento para plantearnos la inquietud sobre el papel que cumplen los Medios de Comunicación masiva, de "directores" de los gustos y necesidades de la audiencia, y del desempeño que tienen para cumplir los requisitos que estipula el Estatuto de Radio-difusión: Educar, Distraer e Informar.