

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Bogotá, D.C., Fecha 30 de septiembre de 2020

Señores
BIBLIOTECA JOSÉ MANUEL RIVAS SACCONI
Ciudad

Estimados Señores:

Yo MARÍA ALEXANDRA CASTRO SUÁREZ, identificado(s) con C.C. No. 1019069045, autora del trabajo de grado titulado **LA RADIO COMO PROYECTO EDITORIAL VISTO DESDE EL CASO DE LA HJCK, LA RADIO REVISTA MITO Y OTROS PROGRAMAS (1950-1960)** presentado en el año de 2020 como requisito para optar el título de MAGISTER EN ESTUDIOS EDITORIALES; autorizo a la Biblioteca José Manuel Rivas Sacconi del Instituto Caro y Cuervo para que con fines académicos:

- Ponga el contenido de este trabajo a disposición de los usuarios en la biblioteca digital Palabra, así como en redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Seminario Andrés Bello y el Instituto Caro Y Cuervo.
- Permita la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea formato impreso, CD-ROM o digital desde Internet.
- Muestre al mundo la producción intelectual de los egresados de las Maestrías del Instituto Caro y Cuervo.
- Todos los usos, que tengan finalidad académica; de manera especial la divulgación a través de redes de información académica.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, **“Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”**, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. Atendiendo lo anterior, siempre que se consulte la obra, mediante cita bibliográfica se debe dar crédito al trabajo y a su (s) autor (es).

ALEXANDRA CASTRO

1019069045

Firma y documento de identidad

Firma y documento de identidad

DESCRIPCIÓN TRABAJO DE GRADO

AUTOR O AUTORES

Apellidos	Nombres
Castro Suárez	María Alexandra

DIRECTOR (ES)

Apellidos	Nombres
Holguín	Catalina

TRABAJO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE: Magíster en Estudios Editoriales

TÍTULO DEL TRABAJO: La radio como proyecto editorial visto desde el caso de la HJCK, la Radio Revista Mito y otros programas (1950-1960)

SUBTÍTULO DEL TRABAJO: _____

NOMBRE DEL PROGRAMA ACADÉMICO: Maestría en Estudios Editoriales

CIUDAD: BOGOTA AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO: 2020

NÚMERO DE PÁGINAS: 28

TIPO DE ILUSTRACIONES: Ilustraciones ___ Mapas ___ Retratos ___ Tablas, gráficos y diagramas x Planos ___ Láminas ___ Fotografías ___

MATERIAL ANEXO (Vídeo, audio, multimedia):

Duración del audiovisual: _____ Minutos.

Número de casetes de vídeo: _____ Formato: ¾ ___ Mini DV ___ DV Cam ___ DVC Pro ___ Vídeo 8 ___

Hi 8 ___ Otro. Cual? _____

Sistema: Americano NTSC _____ Europeo PAL _____ SECAM _____

Número de casetes de audio: _____

Número de archivos dentro del CD (En caso de incluirse un CD-ROM diferente al trabajo de grado: _____)

PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser Laureadas o tener una mención especial):

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES: Son los términos que definen los temas que identifican el contenido. *(En caso de duda para designar estos descriptores, se recomienda consultar a la dirección de biblioteca en el correo electrónico biblioteca@caroycuervo.gov.co):*

ESPAÑOL

HJCK

Radiodifusión comercial

Géneros literarios en la radio

Nativos sonoros

Proyecto editorial

1950-1960

INGLÉS

HJCK

Commercial broadcasting

Radio literary genres

Native speakers

Publishing project

1950-1960

RESUMEN DEL CONTENIDO Español (máximo 250 palabras):

Tradicionalmente lo editorial se estudia desde lo impreso, pero ¿qué sucede con los otros soportes de información? ¿Son igualmente válidos para dar cuenta de procesos editoriales desde lo sonoro? De preguntas similares surge esta investigación pues al establecer una relación entre radiodifusión y literatura en los años cincuenta, se gestan varios géneros que nacen en la radio, entre ellos, radiocuentos, radiorevistas, lecturas dramáticas, efemérides literarias. Alrededor de estos contenidos se configura una generación de libretistas, directores, músicos, radioactores y especialistas en diversas áreas que posibilitan la creación de una programación dirigida a un público determinado.

El interés de la radio por otros géneros se hace visible con el Proyecto Cultural Mito, pues además de la revista y la editorial, se crea un programa como alternativa de divulgación de la actividad literaria del grupo Mito. Resulta interesante ver cómo la radio se convierte en un medio en el que se concentra la actividad de un grupo de intelectuales y por ende, un mecanismo de circulación de sus publicaciones, todo ello a partir de programas emitidos entre los años 50 y 60 que dan un panorama de la literatura de la época. En este escenario, se sitúa el propósito de este artículo que consiste en demostrar cómo la radiodifusión comercial de la época mencionada se constituye en un proyecto editorial.

RESUMEN DEL CONTENIDO Inglés (máximo 250 palabras):

Traditionally, publishing has been print study, but what about other media information? Are they equally valid to account for editorial processes based on sound?. This research arises from similar questions because when establishing a relationship between broadcasting and literature in the fifties, several genres are born from the radio, among them, radio stories, radio magazines, dramatic readings, literary ephemeris. Around these contents is set up a generation of librettists, directors, musicians, radioactors and specialists in various areas that make possible the creation of a programming aimed at a specific audience.

The interest of radio in other genres is made visible with the Mito Cultural Project because in addition to the magazine and the editorial, a program is created as an alternative for the dissemination of the Mito group's literary activity. It is interesting to see how the radio becomes a medium in which the activity of a group of intellectuals is concentrated and therefore, it becomes a circulation mechanism for their publications from programs broadcast between the 1950s and 1960s that give an overview of the literature of the time. In this scenario, the purpose of this article is to demonstrate how the commercial broadcasting of the mentioned period is constitutes an editorial project.

La radio como proyecto editorial visto desde el caso de la HJCK, la Radio Revista Mito y otros programas (1950-1960)

María Alexandra Castro Suárez

Resumen

Tradicionalmente lo editorial se estudia desde lo impreso, pero ¿qué sucede con los otros soportes de información? ¿Son igualmente válidos para dar cuenta de procesos editoriales desde lo sonoro? De preguntas similares surge esta investigación pues al establecer una relación entre radiodifusión y literatura en los años cincuenta, se gestan varios géneros que nacen en la radio, entre ellos, radiocuentos, radiorevistas, lecturas dramáticas, efemérides literarias. Alrededor de estos contenidos se configura una generación de libretistas, directores, músicos, radioactores y especialistas en diversas áreas que posibilitan la creación de una programación dirigida a un público determinado.

El interés de la radio por otros géneros se hace visible con el Proyecto Cultural Mito, pues además de la revista y la editorial, se crea un programa como alternativa de divulgación de la actividad literaria del grupo Mito. Resulta interesante ver cómo la radio se convierte en un medio en el que se concentra la actividad de un grupo de intelectuales y por ende, un mecanismo de circulación de sus publicaciones, todo ello a partir de programas emitidos entre los años 50 y 60 que dan un panorama de la literatura de la época. En este escenario, se sitúa el propósito de este artículo que consiste en demostrar cómo la radiodifusión comercial de la época mencionada se constituye en un proyecto editorial.

Palabras clave: HJCK, radiodifusión comercial, géneros literarios en la radio, nativos sonoros, proyecto editorial, 1950-1960.

Abstract

Traditionally, publishing has been print study, but what about other media information? Are they equally valid to account for editorial processes based on sound?. This research arises from similar questions because when establishing a relationship between broadcasting and literature in the fifties, several genres are born from the radio, among them, radio stories, radio magazines, dramatic readings, literary ephemeris. Around these contents is set up a generation of librettists, directors, musicians, radioactors and specialists in various areas that make possible the creation of a programming aimed at a specific audience.

The interest of radio in other genres is made visible with the Mito Cultural Project because in addition to the magazine and the editorial, a program is created as an alternative for the dissemination of the Mito group's literary activity. It is interesting to see how the radio becomes a medium in which the activity of a group of intellectuals is concentrated and therefore, it becomes a circulation mechanism for their publications from programs broadcast between the 1950s and 1960s that give an overview of the literature of the time. In this scenario, the purpose of this article is to demonstrate how the commercial broadcasting of the mentioned period is constitutes an editorial project.

Keywords: HJCK, commercial broadcasting, radio literary genres, native speakers, publishing project, 1950-1960.

Introducción

Durante el período comprendido entre los años 1950 a 1960 en Colombia, no se había establecido un campo cultural, es decir, había movimiento en la escena y se encontraban los actores pero todos ellos desagregados de un objetivo común o bajo una directriz que más adelante se va consolidando con el surgimiento de proyectos y la configuración de una generación alrededor de lo que podría anticiparse como “campo”. En palabras de Carlos Rincón en su libro *Avatares de la memoria cultural en Colombia: formas simbólicas del Estado, museos y canon literario* (2015) “No existía un sector de las artes estabilizado, con sus centros y formas de aprendizaje; otro de la educación, desarrollada a todos sus niveles; un sistema de los media; tampoco uno de industrias relacionadas con lo cultural” (p. 398)

En este escenario, resulta fundamental dar cuenta del contexto político e histórico en el que se empieza a consolidar el grupo de intelectuales y proyectos que involucran actores como la radio y los medios impresos, en los que surgen nuevas formas de literatura y una serie de oficios que se originan en esta prematura apertura cultural, así como el nacimiento de entes de control y censura.

El ámbito político era complejo. Tras la muerte de Jorge Eliécer Gaitán y el levantamiento conocido como el Bogotazo (9 de abril de 1948) aumentan las acciones violentas en el país y se generan nuevas formas de resistencia campesina. En 1949 durante el gobierno de Mariano Ospina Pérez se instala un sistema de censura de prensa que, como mecanismo de presión y control de la opinión pública circulada en los medios de comunicación, esta se extiende hasta 1957. El gobierno veía a los medios como un enemigo en la capacidad de influir y modificar la memoria colectiva.

Según el decreto 053 de 1949, la función censora era:

delegada a los gobernadores, intendentes y comisarios, quienes deberían vigilar el funcionamiento de los medios, el cumplimiento de la censura y tendrían la facultad para cerrar la emisora o periódico que no cumpliera con las disposiciones adoptadas por el gobierno. (Acuña Rodríguez, 2013, p. 248)

Así se buscó suprimir toda manifestación de ideas de oposición, así como neutralizar a los escritores y editores críticos quienes, no obstante, van a hacer de la literatura un vehículo de difusión de sus ideas y opiniones. Durante este período, medios como la radio y la prensa se consideraban exclusivos espacios de crítica y amenaza para el gobierno, por ello se mantuvo al margen cualquier ataque potencial de la opinión pública y el gobierno triunfó con su idea de unificar el pensamiento y atenuar cualquier coacción frente al gobernante.

En ese mismo contexto de censura, entre 1947 y 1957 surge un grupo de intelectuales, que empieza a gestar manifestaciones literarias como revistas y emisoras. Según Rincón, esos intelectuales experimentaron con la creación de órganos propios, del tipo de los *little magazines* (revistas tales como *Mito*, *Prometeo*, *Sino*, *Horizontes*, *Nueva crítica*, *Prisma*, *El Observador*, *Plástica*), emisoras culturales, y se situaron estratégicamente en el sector de la publicidad y de los *media*” (p. 400).

En relación con la historia de la radio, los primeros antecedentes en Colombia se remiten a 1929 en un contexto político y económico condicionado por la toma del poder por el Partido Liberal y el inicio de una industria nacional caracterizada por el fortalecimiento de la banca y los sectores de producción.

Según Reynaldo Pareja (1984), se divide en dos etapas: la primera corresponde a los años 1929-1934 donde se dan los primeros esfuerzos y definición de la programación y la segunda durante 1935-1940 caracterizada por la evolución de la radio asumiendo un rol de catalizador en el contexto político y económico.

Esta primera etapa es singular por la transición de experimentación en la producción y programación de la radio, pues los dueños de las cadenas eran sus directores y encendían los transmisores cuando tenían tiempo libre, así que se convirtió en una suerte de hobby que coincidía con los tiempos de los oyentes. Entonces ellos mismos empezaron a arrendar los espacios radiales en los que no podían participar. Los primeros programas fueron sobre música clásica y adaptaciones del teatro español, existían programas complementarios con énfasis en literatura.

De acuerdo con el programa *Historias de la historia*, producido por Audiovisuales, 1935 se convierte en el año del radioperiodismo en Colombia y es el entonces presidente Alfonso López Pumarejo quien inaugura el radioperiodismo de corte político, por lo que la radio se convierte en el principal instrumento de difusión.

El inicio de la programación comercial y de las cadenas radiales se dio en 1936 con la HKF La voz de Bogotá. Hacia 1938 surgen las radionovelas, el primer antecedente es Todelar, con sus primeras adaptaciones Chan Li Po (cubana) y Tanané, el hijo de Tangaré, a partir de allí, comienza a construirse un gremio de locutores que, con la popularización del género, empiezan a profesionalizarse como radiadores.

Hacia 1940, se habla del crecimiento de la audiencia, el 1 de febrero de 1940 se inaugura la Radiodifusora Nacional de Colombia, a cargo del entonces presidente Eduardo Santos, evento en el que exalta la labor cultural y educativa por la que se crea la emisora, el deseo de convertirla en la voz de la nación que se difundirá por los rincones del país y el mundo. Sus primeras emisiones tuvieron como ejes centrales la música, la literatura y las noticias, todo ello con la intermediación del Estado y de la política cultural permeada por las intenciones gubernamentales del momento. A pesar de que la actividad formativa era precaria, se mantenían algunos espacios como tertulias literarias, grupos de teatro y librerías bien dotadas (Sanchez, 1990).

En palabras de Renán Silva, en su libro *República liberal, intelectuales y cultura popular* la radio se convirtió en un vehículo de formación de identidad y construcción de memoria, pero lo que llama la atención del proyecto cultural de los gobiernos liberales

Fue el intento relacionado con la construcción de la Nación, a través de un esfuerzo de vinculación de las mayorías populares con las formas mínimas de cultura intelectual y de civilización material, las que se consideraban requisito básico para la participación política y la integración nacional. (p.30)

En 1947 surge Radio Sutatenza ACPO Acción Cultural Popular, comienzan a gestarse los programas de alfabetización en la radio (Escuelas Radiofónicas EE. RR) dirigidos a los

sectores populares y aislados, esta alternativa fue apoyada por el gobierno de Rojas Pinilla, a través del MEN y alianzas con la ONU y la UNESCO, todo ello permitió que tuviera mayor cobertura en el territorio nacional. (Hurtado, 2012, p.28)

Las EE. RR estaban organizadas por medio de las divisiones eclesiásticas de la Iglesia, por lo que la participación de religiosos fue bastante activa. Esta iniciativa propuso nuevas formas de aprendizaje, diversas lecturas e interpretaciones a partir del dominio del lenguaje escrito que ofrecía ACPO. El proyecto educativo de ACPO también lanzó la colección Biblioteca del Campesino, material especializado en la educación del campesino bajo el sello de la Editorial Andes. Este caso es el primer antecedente en el que se vincula la radio con lo impreso, solo que desde el sector educativo, sin embargo, puede entenderse que alrededor del medio se estaban constituyendo dinámicas editoriales.

Tres años más tarde, un 15 de septiembre de 1950 Álvaro Castaño Castillo, su esposa Gloria Valencia de Castaño y un grupo de intelectuales fundan la emisora HJCK *El mundo en Bogotá* o también llamada “La emisora de los intelectuales” quienes compartían la misma intención de culturizar a la población colombiana. De acuerdo con la edición conmemorativa de los 50 años de la HJCK, surge como iniciativa de un grupo de jóvenes en el seno de una facultad de Derecho. Entre ellos se encontraban Gonzalo Rueda, Alfonso Peñaranda, Álvaro Castaño y Eduardo Caballero, quienes planeaban encontrar un espacio radial para un radioperiódico de naturaleza cultural. Sólo Caballero y Castaño tenían experiencia en el campo, el primero con el radioperiódico Onda libre y el segundo haciendo libretos para la Radiodifusora Nacional. Luego de preguntar en varias cadenas, vieron la posibilidad de comprar Radio Granadina (antes conocida como Ecos del Tequendama) cuyos propietarios eran Marciales y Caycedo Ibáñez. Así se constituyó la Sociedad Radial Bogotá Ltda. el 25 de agosto de 1950, entre Hernando Martínez Rueda, Alfonso Martínez Rueda, Eduardo Caballero Calderón, Álvaro Castaño Castillo, Gonzalo Rueda Caro y Alfonso Peñaranda, miembros que fueron variando con el tiempo. Para el año 1975, los socios habían cambiado y la emisora pertenecía a Gonzalo Rueda Caro, Álvaro Castaño Castillo, Santiago Salazar y Hernán Mejía Vélez.

Se identificaba como Emisora HJCK, el mundo en Bogotá... 1.160 kilociclos, frecuencia modulada: 91.3 megaciclos. Físicamente tuvo varias locaciones entre ellas Calle 17 No. 5-4 y la Cra.7a No. 17-14. Se dice que hacia 1984 cambió su frecuencia a 89.9 FL.M. estéreo y en 2005 se convirtió en emisora web bajo la marca de Caracol Radio hasta la actualidad.

En la radio participaron inicialmente los aficionados. A ellos se les sumaron los técnicos, artistas, músicos, declamadores, algunos políticos y un círculo de escritores. Con un alambre horizontal y 500 vatios que funcionaban para emitir la señal, inició labores la HJCK, aclarando siempre que su conocimiento sobre la técnica era mínimo.

La HJCK se consolidó como la emisora de los intelectuales y tuvo memorables invitados extranjeros como Jorge Luis Borges, cuya voz hace parte de su colección literaria.

En 1952 por iniciativa del entonces presidente Roberto Urdaneta Arbeláez se crea la Oficina de Información y Propaganda del Estado (Odipe), a través del Decreto 1102 de abril de 1952, en este se estipulaba un especial control sobre los reportajes periodísticos y la radio. En 1953, con la llegada del gobierno militar de Gustavo Rojas Pinilla, este organismo fue el abanderado de la censura y se concentró en exaltar la imagen del General. Durante ese mismo año, se expidieron los decretos 2012 y 2845. El primero establecía que la Radiodifusora Nacional de Colombia dependería de la Odipe y el segundo, se refería a la necesidad de que las emisoras obtuvieran licencias de radiodifusión/funcionamiento para poder emitir los programas al aire.

En ese mismo escenario político, se inaugura la televisión y con ella, una serie de noticieros que funcionaban como los informativos de las casas políticas, cuyo centro era la dictadura de Rojas Pinilla que duró hasta 1957 al igual que la censura. Con el término del régimen dictatorial, un nuevo momento político y cultural comenzaría a delinearse en el país. Según Carlos Rincón, desde 1957-58 en Bogotá surgen revistas, cine clubes, galerías y manifestaciones culturales, además de un auge de contenidos traducidos que motivan y acentúan todo tipo de críticas, actividades intelectuales y políticas y así “se asistió a una nueva producción de discursos, con una nueva economía que incluyó el reclamarse de fuerza intelectual y moral para representar intereses de las mayorías”. (p. 418).

En 1958 nace el Frente Nacional como un acuerdo entre los partidos tradicionales para alternarse la presidencia por dos períodos de cuatro años cada uno. En este contexto, entidades privadas como la Esso y los partidos políticos del Frente Nacional fueron quienes financiaron la actividad periodística de la época.

Con base en este contexto de mutaciones en el espacio cultural e intelectual colombiano, este artículo propone que la radio asumió la forma de un proyecto editorial que respondía a los gustos e intereses culturales de sus responsables. Todo ello, se fundamenta a partir de los planteamientos de Michael Bhaskar pues no se trata de un teoría sobre la cadena del libro sino acerca de las diferentes etapas por las que pasa un contenido desde su creación hasta su recepción, de esta forma, puede entenderse a la radio como un medio de circulación de contenidos y al mismo tiempo incorporar sus etapas a la luz de los postulados de este autor, quien afirma que un sistema de editorial, está conformado por cuatro elementos como lo son marco, modelo, filtrado y amplificación en general, el primero se refiere a la estructura en la que se encuentra el contenido, el segundo a las características del mismo, el tercero alude a la selección y curaduría y el último, tiene que ver con la forma en la que llega al usuario y la manera en la que se distribuye.

En este punto es clave la definición de contenido ligada a los conceptos marco y modelo, tal y como lo plantea Bhaskar (2014): “El contenido siempre viene en parejas específicas de marco-modelo que sitúan la cultura experimentada, análoga y digital, en una línea continua mientras conectan dicha línea a organizaciones específicas” (p.92), entendiendo marco como la presentación del contenido y modelo como las directrices que rigen su disposición, estos conceptos se profundizan en el primer apartado del artículo. Sin embargo, cabe agregar que concebir a la radio como proyecto editorial permite vislumbrar otros escenarios de la edición diferentes al libro, además de entender que los medios también constituyen un mecanismo de divulgación de literatura, autores, agentes y en sí mismos son modelos alternativos de edición. Como afirma Silva (2000) la radio superó al formato impreso en influencia social consolidándose como un importante vehículo de transmisión, en un momento en el que la oralidad ocupaba el primer lugar de referencia en el país.

En el mismo contexto, se realiza un análisis alrededor de la categorización de los contenidos creados/adaptados para el medio por la emisora, también se infiere sobre el

público oyente mediante los mecanismos de financiamiento de la HJCK y se destacan algunos elementos característicos de su programación. En el proceso de llegar a sus oyentes con una oferta de alto nivel cultural en un ambiente de censura y de dificultad económica, la HJCK termina por producir una serie de contenidos “nativos sonoros” creados específicamente para el medio radial. La descripción y análisis de estos contenidos es uno de los puntos fundamentales de esta investigación.

El presente artículo se compone de tres apartados. El primero incluye la conceptualización del modelo de sistema editorial planteado por Bhaskar: modelos, filtrado, marcos y amplificación, elementos que se van incorporando en el desarrollo de los demás apartados. El segundo aborda los contenidos de la programación a partir de tres categorías establecidas: literatura y teatro, historia de la radio y la HJCK y Radio Revista Mito. En esta sección se ofrece un panorama general de la diversidad de contenidos presentados, se alude a la estructura y al lenguaje radiofónico utilizado en ellos, lo cual brinda un primer acercamiento a la audiencia. Por último, el tercero hace referencia a la manera en que la emisora adquirió patrocinio de casas y entidades publicitarias, al mismo tiempo que expone las percepciones de algunos oyentes en el marco de uno de sus aniversarios, lo que posibilita determinar su audiencia de forma clara.

Metodología

Durante la formulación de la investigación, se han identificado 52 documentos sonoros que provienen de cintas de carrete abierto, dispuestos en el archivo Señal Memoria de RTVC- Sistema de Medios Públicos (custodio actual del material): 13 correspondientes al programa radial y 39 audios que ofrecen un panorama radial y literario de los primeros 10 años de funcionamiento de la emisora HJCK, es decir entre 1950-1960. Los contenidos de estos documentos sonoros comprenden: *Cronología de la cultura* (compilación de 40 años de la HJCK 1990); aniversarios de la emisora (actividad literaria en Colombia y opiniones acerca de la HJCK); radioteatros dirigidos por Bernardo Romero Lozano y con libretos adaptados por Eduardo Caballero Calderón y Gonzalo Mallarino Botero; acontecimientos importantes en la radio (nuevos transmisores en 1958, historia de la

radio); intervenciones de Álvaro Castaño Castillo (Homenajes, premios); homenajes a Jorge Gaitán Durán o a la Revista Mito; intervenciones de intelectuales de la época sobre la HJCK (Casimiro Eiger, Otto de Greiff); y finalmente otras radiorevistas internacionales como *Lares y Renovación*. Este conjunto se obtuvo de la delimitación por época (1950-1960) y por temática teniendo en cuenta la relación entre radiodifusión y literatura.

A partir de esta muestra se definieron tres categorías para clasificar el material hallado: (1) literatura y teatro, donde se encuentran las adaptaciones radiofónicas de cuentos y novelas, efemérides literarias, lecturas dramáticas y la Colección literaria HJCK; (2) historia de la radio y la HJCK, la cual aborda los principales acontecimientos en materia de técnica radial, intervenciones de personajes importantes en la escena nacional, conmemoraciones y aniversarios de la HJCK; y (3) Radio Revista Mito, que contiene algunos fragmentos de divulgación de la revista o publicaciones de la editorial, autocríticas y entrevistas con músicos, líderes estudiantiles y poetas, principalmente, así como especiales y homenajes realizados a su principal gestor Jorge Gaitán Durán.

El enfoque de la presente investigación es mixto y la herramienta metodológica seleccionada es el análisis de contenido. Para ello se diseñó una matriz descriptiva que contiene algunas unidades de análisis, como lo son: Código, título, duración, contenido, personajes, temas, obras/publicaciones, tal y como se observa en el siguiente ejemplo:

Código	N/A
Título	Sobre la obra de Sanín Cano (Fragmento)
Duración	6:11
Marca del audio	Un programa de cultura de la HJCK, bajo la dirección de Jorge Eliécer Ruiz y Ramiro Montoya

Contenido	<p>A propósito de la publicación de la obra <i>Pesadumbre de la belleza y otros cuentos y apólogos</i> de Baldomero Sanín Cano, Jorge Gaitán Durán se refiere a la edición de la obra y su intención de ofrecer un homenaje publicando el libro bajo su sello de Ediciones Mito, menciona que el libro circula por las principales librerías del país y de América Latina, además incluye una bibliografía de las primeras ediciones del autor y una nota de los editores (la lee). En la nota editorial agradece la participación de Rubén Pérez Ortiz del Instituto Caro y Cuervo y menciona que editan la obra de acuerdo con la última voluntad de Sanín Cano, hace referencia a <i>Almoneda</i>, uno de sus textos publicados en <i>Mito</i> y finaliza con la lectura de <i>Una hora de literatura</i>, un cuento que hace parte de la obra en mención.</p>
Personajes	<p>Baldomero Sanín Cano, escritor colombiano Jorge Gaitán Durán, poeta colombiano</p>
Temas	<p>Homenaje a escritor colombiano, Ediciones Mito (nota editorial), Circulación del libro, Revista Mito</p>
Obras	<p><i>Pesadumbre de la belleza y otros cuentos y apólogos</i> (Ediciones Mito 1957) <i>Almoneda</i> Revista Mito (No. 45, jun-jul de 1957)</p>

Configuración de la HJCK como proyecto editorial: fundamentación teórica, contenidos, financiación y audiencia

1. Sistema editorial propuesto por Bhaskar

En su libro *La máquina del contenido*, Michael Bhaskar propone una teoría para definir un sistema editorial. Su teoría es amplia pues permite acomodar diversos tipos y formatos de contenidos que van más allá del libro impreso. Según Bhaskar, todo sistema editorial está conformado por marco, modelo, filtrado y amplificación. El marco se entiende como un contenedor o estructura que presenta un contenido y de acuerdo a este, varían sus modos de interpretación y recepción a partir de los diferentes medios en los que se reproduzca. Es decir, existe una relación directa entre marco y contenido ya que se condicionan entre sí. En palabras de Bhaskar, “no podemos ver los contenedores como simples contenedores; debemos ver cómo los contenedores mismos moldean el contenido, cómo los contornos de un contenedor afectan los contornos del contenido” (p. 98). Adicional a ello, el marco está conectado con la recepción y la distribución del contenido ya que su presentación influye en la manera en la que se interpreta y genera una opinión alrededor de este, al mismo tiempo que configura los canales apropiados para divulgarlo.

Para ilustrar este concepto, se encuentra el *Proyecto Cultural Mito*, que nace como revista en 1955, se traslada a la radio y se consolida como editorial en 1957, entonces los formatos impreso y radial, se convierten en los marcos y a pesar de que se trata del mismo proyecto, su contenido varía en cada uno de ellos y este aspecto tiene que ver con el modelo que puede entenderse como la línea editorial pues da cuenta del proceso creativo y también define su enmarcado.

En este punto, el concepto de marco está directamente relacionado con los programas radiales de la HJCK, su estructura, clasificación y diversidad de contenidos, mientras que el modelo, se refiere a las directrices en las que se rige la programación, como lo son la línea temática y el lenguaje utilizado, aspectos que se abordarán en el siguiente apartado.

Continuando con los demás elementos que conforman el sistema, se encuentra el filtrado que se refiere a la selección de contenidos en concordancia con la estructura de un modelo determinado, mientras que la amplificación se concibe a partir de marcos y posee tres niveles de significación: primero, se refiere a la reproducción y elección del medio; segundo, el funcionamiento en diferentes medios, su publicación y distribución con mayor cobertura y tercero, alude al cambio de medios a través de la tecnología.

En el caso mencionado de Mito, el filtrado tiene múltiples apariciones pues se evidencia en el comité editorial de la revista que realiza un proceso curatorial para seleccionar los contenidos a publicar o emitir en cada uno de los medios, de acuerdo con la línea temática establecida (modelo) y en este punto se conjuga también la amplificación pues tiene que ver con la disposición del contenido dirigido a un público específico y con las decisiones tomadas frente al formato del programa, el lenguaje utilizado, los efectos sonoros, las conexiones, la definición de la programación con el fin de llegar a más público y de lograr más sintonizaciones.

Los cuatro elementos que integran el sistema de Bhaskar se desarrollan en mayor profundidad en los siguientes apartados, incorporándose al esquema de trabajo de la emisora HJCK y justificando paso a paso cómo la radiodifusión de los años 50 puede entenderse como un proyecto editorial.

2. Contenidos de la programación

Como muchos proyectos de su tipo, la música culta a través de programas como *Música para escuchar antes de afeitarse*, *Concierto de la mañana*, *Concierto de la tarde*, *Ópera de los domingos* caracterizó las primeras emisiones de la HJCK. Toda esta programación fue de carácter transitorio, incluyendo los contenidos noticiosos.

Durante los primeros meses, se presentaban adaptaciones radiofónicas para conmemorar efemérides literarias, dirigidas por Bernardo Romero Lozano y cuyos libretos escribía Eduardo Caballero Calderón. Algunas de ellas fueron: *Sangre gorda* de los hermanos Serafín y Joaquín Álvarez Quintero, *La noche buena* del poeta Pedro de Alarcón y *Maese Pérez, el organista* de Bécquer, todas emitidas en 1950. También se lanzó en 1954 *El*

pequeño príncipe (escrita por Antoine de Saint-Exupéry), dirigida por Gonzalo Rueda Caro y escrita por Oswaldo Díaz Díaz. Un año más tarde, Gonzalo Mallarino se incorporó al grupo de libretistas de teatro con *El juez de los divorcios* de Cervantes, *Macbeth* de Shakespeare y *El maleficio de la mariposa* de García Lorca (1955).

En esta búsqueda continua de diversificación de los contenidos, nace el concepto de nativo sonoro que se refiere a aquellas producciones que fueron concebidas exclusivamente para el medio radial, orientadas a un público oyente determinado y que luego migraron a otros formatos. Así es como el equipo creativo de la emisora también estrenó obras que nacieron en el medio sonoro y que luego se publicaron en impreso. De estas obras, se destacan las siguientes: el cuento radiofónico *La canción de mamá* de Hernando Téllez (1950) y *El fénix y la tórtola* de Oswaldo Díaz Díaz (obra en 3 actos) musicalizada por Hernán Mejía Vélez (1952).

En la época la técnica radial era precaria y las emisiones se realizaban en vivo, entonces no podían dejar de pasar programas porque perdían el espacio en la radio. La dinámica de trabajo era monumental: los intelectuales se reunían en las tardes a escribir los libretos, a seleccionar los compositores y a traducir obras que presentarían en la programación del día siguiente. En ocasiones convocaban a grandes personajes en la Avenida Séptima y algunos llegaban antes a grabar sus programas en una maquinita de cinta de papel, como era el caso de Hernando Téllez y su programa *El mundo de los libros*, estrenado en 1952.

Es clave llamar la atención sobre la presencia en estas emisiones de una de las etapas del sistema planteado por Bhaskar, el filtrado-modelo, ya que en medio del afán por no perder el espacio radial, el equipo creativo de la HJCK decidía los contenidos de los programas a emitir, este sería el primer filtro. Posterior a ello, uno de los directores/fundadores revisaba los libretos y además todos los programas, excepto los musicales, debían enviarse al Ministerio de Correos y Telégrafos con un mes de anterioridad. Entonces el proceso poseía varios filtros incluso para la categoría de nativos sonoros. Por ejemplo, en el estreno de la obra *El fénix y la tórtola* de Oswaldo Díaz Díaz, el primer filtro fue que el autor aceptara lanzar su obra en el medio radial y este mismo caso hace eco para la programación presentada a lo largo de los primeros 10 años.

Para 1955, la HJCK había consolidado una serie de alianzas con diferentes países para corresponsalías con emisoras extranjeras de lugares como Holanda, Francia, España, Inglaterra, Alemania y los Estados Unidos, por lo que siempre hubo un esfuerzo por enriquecer la programación. Esta iniciativa de la emisora, es un primer hallazgo de la amplificación ya que aumentó su cobertura y pudo llegar a más oyentes, no solo por las alianzas sino por la adaptación de sus contenidos a las necesidades de sus oyentes potenciales.

En este apartado, se pretende describir la programación que hace parte del corpus de la investigación para resaltar algunos aspectos del lenguaje radiofónico que dan cuenta de la calidad y diversificación de los contenidos, además de brindar pistas para indagar sobre la audiencia y por otro lado, vincularlos con los conceptos de Bhaskar, en particular el de marco-amplificación, en el sentido en que se definen los aspectos característicos de los programas pensados para un público específico. En consecuencia, resulta clave mencionar los cuatro elementos que forman parte del lenguaje radiofónico:

La voz, la música, los efectos de sonido y el silencio, los que se mezclan para crear atmósferas que sitúan a las audiencias en un espacio geográfico-temporal, recrearles diferentes situaciones, informar, educar, entretener y persuadir a realizar ciertas acciones o a adoptar determinadas conductas (Forero & Céspedes, 2018, p. 51)

Estos aspectos se tendrán en cuenta en el desarrollo de las categorías expuestas en la metodología (1.1) literatura y teatro, (1.2) historia de la radio y la HJCK y (1.3) Radio Revista Mito, se realiza un breve panorama por el contenido de la programación:

2.1. Literatura y teatro

Conformada principalmente por efemérides literarias conmemoradas a través del archivo de voces de la HJCK y la producción de radioteatros. Esta relación entre el teatro y la emisora se afianzó a través de la conformación del grupo teatral encabezado por Romero Lozano y Carmen de Lugo, sumado a la especialidad de Eduardo Caballero Calderón y

Gonzalo Mallarino en la lectura, adaptación y escritura de los libretos de obras universales y locales, con plena consciencia del medio.

También se destaca el lanzamiento de franjas de radioteatros como *A manera de cuento* dirigida por Bernardo Romero Lozano y *La historia en cuentos* (franja infantil) de Eduardo Caballero Calderón, así como la programación de temporadas dedicadas a diferentes países, de estas adaptaciones se mencionan algunas: *El velo negro* de Charles Dickens, *La historia de dos ciudades* de Dickens, *El ruiseñor y la rosa* de Wilde y *La anunciación a María* de Paul Claudel, *Canción de cuna* de Hernando Téllez adaptada por Luis Urbaneja.

Por su parte, la Colección Literaria HJCK surge el 20 de julio de 1960 como parte de la conmemoración del sesquicentenario de Independencia de Colombia, y homenaje de los escritores y poetas a la patria. El primer volumen contiene la voz de Jorge Zalamea recitando *El sueño de las escalinatas*. La estructura de los programas consistía en una breve presentación del autor y su obra a cargo de algún colega, el primer año fue conducido por Eduardo Caballero Calderón, seguido de la voz del autor homenajeado en el volumen, declamando una obra en particular.

De esta manera, la emisora obtuvo otra fuente de financiamiento y comercializó sus ejemplares como testimonios sonoros de la actividad literaria en Colombia desde el origen de la HJCK.

Este corpus fue replicado a tres formatos diferentes LP, casete y CD de la mano de entidades como Fonoton y Proexpo. Tuvo gran acogida desde su primera aparición en la Feria del Libro en 1987 y desde ese momento se ha mantenido en otras ediciones de este evento, lanzando nuevos volúmenes con su archivo de voces. También ha sido un recurso que nutre diversos programas radiales, con motivo de alguna efeméride literaria en la página web de la HJCK.

En general, el lenguaje radiofónico utilizado tiene una característica propia de la época: se trata de las cantinelas, entonaciones en las que el locutor es capaz de bajar y subir el volumen de su voz de acuerdo al ritmo del programa, este aspecto puede reflejarse en las percepciones de algunos oyentes en el especial del primer aniversario de la emisora, pues

destacan la dicción, modulación, el uso refinado del castellano, la calidad de sus contenidos y la tonalidad elegante de la voz, lo que apunta a un público culto posiblemente proveniente de clase alta.

En este punto, también se resalta el uso de música y efectos sonoros (creados de forma análoga) en los radioteatros, pues de esta manera propiciaban el clima emocional necesario para situar al oyente en el contexto escénico de la obra. Cabe aclarar que las adaptaciones radiofónicas debían adecuar la gramática al medio, lo que implica todo un proceso editorial detrás del telón. Por otro lado, aunque la Radiodifusora Nacional de Colombia fue la emisora abanderada del radioteatro y la que incursionó en este género, la HJCK mantenía su legado y pretendía imponer un nuevo estilo de radiodifusión comercial.

2.2. Historia de la radio y la HJCK

Alude a aniversarios de funcionamiento de la HJCK en los que se presentan los principales logros de la emisora en su labor cultural, la opinión de los oyentes y patrocinadores sobre su programación, acontecimientos importantes sobre la técnica radial, como la inauguración de nuevos equipos de transmisión que dan cuenta de su evolución y de cómo el cambio en la calidad del sonido representa una renovación en la programación sin dejar de lado su espíritu característico. Cabe mencionar que en este contexto, se hace evidente la presencia de la amplificación que puede entenderse a partir del esfuerzo de la emisora por extender su cobertura y llegar a más gente, apostándole a la diversificación de su contenido y adquiriendo nuevos transmisores con los que la señal llegaría a más radiorreceptores.

En relación con los contenidos, los oyentes resaltan la estructura uniforme y equilibrada entre los temas culturales y las pautas publicitarias, se refieren al acierto de la emisora en la disposición de “propagandas comerciales de forma culta”, lo que marca un nuevo estilo de radiodifusión en el ámbito comercial.

En relación con el lenguaje radiofónico utilizado, el ritmo de estos programas tiene una velocidad más rápida propia del género informativo/opinión y se apoya del archivo de voces de la emisora para dar cuenta de hitos relevantes en su consolidación como radio independiente. Por otro lado, los personajes que locutan este tipo de contenidos son principalmente los miembros fundacionales de la emisora y este aspecto sigue dándole fuerza al argumento de que su público objetivo, era la clase alta, su mismo círculo intelectual.

En principio la emisora emite sus programas con 1kw de potencia lo que quiere decir que la señal tenía una cobertura limitada, en ese momento su slogan era “una emisora para la minoría” y se mantuvo bajo ese esquema los primeros cuatro años. Posterior a ello, y con el perfeccionamiento de la técnica radial y el aumento de su capital, en 1963 adquieren nuevos transmisores y aumentan su potencia a 10kw. Frente a ello, Castaño Castillo decide cambiar el eslogan a “una emisora para la inmensa minoría” lo que indica que la emisora tuvo un aumento de audiencia posterior al período estudiado en esta investigación.

2.3. Radio Revista Mito

Dentro del mismo círculo de la HJCK, se lanza Radio Revista Mito en 1957 como fórmula novedosa de radiodifusión y parte complementaria de la programación, en búsqueda de nuevos medios de expresión cobijados bajo el mismo propósito de la radiodifusión del momento. Cabe aclarar que esta iniciativa se inspira en la revista Mito, publicación cultural fundada por Jorge Gaitán Durán, Hernando Valencia Goelkel y Eduardo Cote Lamus.

La revista Mito y la emisora HJCK tuvieron, en realidad, el mismo origen y la misma vocación de servicio a la cultura. Cuando la HJCK salió al aire, en 1950, con la bandera de incluir los temas de la cultura dentro de una radiodifusión comercial que los desconocía, muchos de sus fundadores e inspiradores habrían de figurar dentro de quienes cinco, años más tarde, en 1955, fundaron la revista Mito (Castaño Castillo, 2006, p.28)

El primer programa fue transmitido durante la primera semana de marzo de 1957. Este espacio fue dirigido por Jorge Eliécer Ruiz y Ramiro Montoya, su contenido pretendía exponer la actividad cultural e intelectual del país y el exterior, a través de debates, entrevistas a escritores, músicos y artistas, comentarios musicales.

El Boletín Semanal de Programas de la HJCK anunciaba así el programa:

Para todas las personas que trajinan los temas de la cultura es suficientemente conocida la revista Mito, publicación bimestral que registra y analiza los sucesos contemporáneos más importantes en el campo de la literatura, el teatro, la economía, la historia y, en fin, todas las fuentes de la actividad intelectual. En el deseo de extender a la radio esta fecunda labor, los directores de la revista mencionada y la Emisora HJCK El mundo en Bogotá han acordado transmitir desde el próximo viernes, a las 8:30 de la noche, la *Radio Revista Mito*, que se presentará semanalmente con una duración de 30 minutos. (Castaño Castillo, 2006, p.28)

En 1959, se lanzó el programa *El libro*, un espacio concedido a las confesiones y discusiones de librerías, escritores, poetas alrededor del libro, todos los textos e improvisaciones a las que se diera lugar, luego se publicaban en una separata de la Revista Mito.

En relación con el lenguaje radiofónico de la radiorevista este era enteramente especializado, elocuente y de nuevo marcado por la entonación (cantinelas) dirigido a un público letrado y culto o al menos lector de *Mito*, pues en su programación se aludía a los volúmenes publicados por Ediciones Mito o los artículos presentes en los números de la revista y se hacía todo tipo de críticas a eventos literarios, culturales y sobre quienes participaban en ellos.

3. Financiación y audiencia de la HJCK

Algunos de sus fondos provenían de avisos y pauta publicitaria la cual se asignaba según el número de oyentes. La programación con la que planearon iniciar sus transmisiones se

componía de programas musicales (conciertos) y noticieros, dispuestos en diferentes tamaños y formatos con los que recorrían varias oficinas de patrocinadores. El grupo fundacional de la HJCK pensaba “si nuestros programas culturales habrían de llegar a oyentes de alto poder adquisitivo, la capacidad de compra de cada uno de ellos equivaldría a la de 5 o 100 de los oyentes de las emisoras populares” (p. 19)

Como las emisiones se realizaban en vivo, el grupo de intelectuales se dedicaba a diferentes actividades: pensar programas, escribir libretos a mano, conseguir discos de 16' prestados de otras emisoras, muchas veces los reutilizaban (de allí la pérdida de contenido valioso en la programación), y reclutar personal asistencial. Los libretos de los programas debían someterse a una revisión y validación por parte del Ministerio de Comunicaciones, debido a la mencionada censura (desde 1949). En una primera sesión de vigilancia, fueron aprobados los programas musicales, pero en octubre de ese mismo año, la emisora estuvo a punto de ser suspendida por una crítica de Eduardo Caballero Calderón en contra de la censura eclesiástica. La emisora recibió por ello una fuerte sanción monetaria, tardando más de un año y medio en restablecer su situación financiera.

Ante estos mecanismos de control, el equipo de producción de la emisora tuvo que apostar a nuevos contenidos que le permitiera mantenerse en el mercado y, al mismo tiempo, pagar la nómina de su equipo. Así, transmitieron algunos desfiles de modas presentados por Gloria Valencia de Castaño (con este ganaron el patrocinio de Bavaria), fiestas bailables en hoteles y entrevistas a deportistas reconocidos convocados por Gonzalo Rueda. En palabras de Álvaro Castaño Castillo:

Nos ingeniamos para presentar en los resquicios de los grandes conciertos inamovibles algunos programitas bien remunerados, livianos, algo sofisticados, que nuestros oyentes encontraron de buen gusto: *Cal y canto*, audición de canciones cuidadosamente escogidas para el oído de los ingenieros y los arquitectos, cuyo título fue muy aplaudido... *Sal y salero*, para el restaurante español Casa Marina... *Perfumes en la noche*, patrocinado por los señores Ricaurte, los comerciantes más austeros y antiguos, últimos representantes de un estilo bogotano que se extinguía... *La joya y su reflejo*, aceptado por una joyería. (p.29)

Comenzaron a hacer cuñas de música, restaurantes, industrias y empresas de diferentes sectores tales como Gillette, Industria Colombiana de Pesca (Icopescas), Compañía Colombiana de Seguros, hasta el punto de inventar una cuña radial para unos colchones que no existían y por esta estrategia obtuvieron apoyo de colchones Paraíso, un gran premio al ingenio de Hernán Mejía.

En 1951, pasado un año desde su inauguración, en un programa de aniversario, las casas publicitarias a las que pautaba la HJCK se referían a la importante labor de la emisora en la disposición de una programación equilibrada entre programas culturales, noticias y propagandas comerciales ofrecidas de forma sobria que le permitían captar y mantener oyentes y al mismo tiempo prestar un buen servicio al anunciador, destacando también la especialización de sus locutores y el uso refinado del castellano. Para este momento estas casas publicitarias eran McCann Erickson Corporation S.A., Ultralimitada, Atlas Publicidad, Propaganda Época e Importaciones Daro.

En 1952 al cumplir su segundo aniversario de funcionamiento, la emisora reunía alrededor de 159 patrocinadores muy variados, tales como: Avianca, Caja Colombiana de Ahorros, Fabricato, Chocolate Corona, Jabón Ampo, Orquesta Sinfónica Nacional, y otras de índole editorial como las librerías Voluntad, Buchholz, Central, Colombo-francesa, Franco-colombiana, Mundial, La Gran Colombia, Editorial Los Andes, Editorial Losada y algunas revistas, entre ellas, Visión, El financiero y Crónica. En este punto, es clave afirmar que las casas publicitarias y patrocinadores se convirtieron en sus primeros oyentes, en tanto que el contenido comercial estaba condicionado por las necesidades de las empresas y la emisora diseñaba las pautas de acuerdo a ello, constituyendo de esta forma una red de patrocinio y, al mismo tiempo, una red de oyentes.

En este escenario, se identifica otro rasgo característico del concepto de amplificación orientado a la disposición de un contenido dirigido a un público específico. En este sentido, el ingenio aplicado a la búsqueda de patrocinadores y la producción de cuñas y programas radiales para estos, denota un nuevo estilo de radiodifusión comercial, lo que se considera una forma de amplificación, pues son todas aquellas acciones del editor que permiten aumentar y expandir el consumo de cierto contenido. En este caso particular, se ve reflejado en el aumento del número de patrocinadores que para el año 1952 sumaban alrededor de 159.

Más adelante, la HJCK contrató al grupo de Bernardo Romero Lozano para iniciar un ciclo de radioteatros, el cual fue patrocinado por Icopescas y permaneció hasta la liquidación de esta entidad pesquera. En principio, transmitían una adaptación teatral diaria, pero con el tiempo se fueron agotando los recursos económicos y por la especialidad del grupo teatral, esta franja de programación se convirtió en un espacio alternativo y disminuyó su frecuencia. Ante esta crisis, decidieron lanzar obras literarias de autores colombianos. Las grababan en sus estudios con la aprobación del autor, como es el caso de Oswaldo Díaz, un amigo que siempre estuvo dispuesto a estrenar sus obras en la salita de la HJCK. Aunque les resultaba costoso el pago de los radioactores, poco a poco lograron consolidar alianzas con grandes personalidades como Jean Louis Barrault y Madeleine Renaud, quienes usaban el estudio de la emisora para ensayar pues tenían planeado un ciclo de obras en el Teatro Colón. Frente a ello, cambiaron su programación y en *El viajero sin equipaje* incluyeron la sección Vitrina literaria de Editorial Losada, la cual permaneció muy poco tiempo al aire. También se destaca la participación de Víctor Mallarino con *Hogar dulce hogar*, programa con el que se iniciaron una serie de emisiones costumbristas.

Adicional a ello, contaron con el apoyo de la Esso colombiana y su jefe de relaciones públicas Álvaro Mutis, entidad que patrocinó varias obras como *Las tribulaciones de don Pedro Pistón y su familia de alta comprensión*, *El tiempo se afeita la barba* con libretos de Gonzalo González (GOG) y el grupo infantil que dirigía José A. Pulido Téllez, además del programa *Diálogos humorísticos* de Gonzalo Mallarino.

Al celebrar su primer aniversario de funcionamiento, la HJCK les pidió a sus oyentes que expresaran su opinión sobre la emisora y en el programa conmemorativo de los primeros 365 días compartieron algunos testimonios.

De acuerdo con sus intereses particulares, el oyente elegía un programa particular o seguía la emisora porque uno de los colaboradores era un escritor de renombre, como es el caso de un ciudadano español que escuchaba continuamente los programas deportivos de Gonzalo Rueda y se había interesado por los libretos de Eduardo Caballero Calderón.

Otros destacaban “con verdadero acierto esta emisora ha logrado superar la difícil etapa de coordinar la popularidad comercial de sus anuncios con el desarrollo de sus programas auspiciados sin disminuir en nada su empinado nivel espiritual”.

Y desde otras posturas, prevalecía vincular la cotidianidad con los contenidos de la emisora, entonces mencionaban que almorzaban mientras escuchaban música clásica del mundo y ajustaban su rutina para sincronizarse con la calidad intelectual que caracterizaba su programación.

En este escenario cabe destacar la opinión del exmandatario Alberto Lleras Camargo quien asumía en ese momento la presidencia de la Asociación Nacional de Radiodifusión y en conmemoración al cuarto aniversario de la emisora destacaba el acierto que significó apostarle a contenido experimental en el contexto de la radiodifusión comercial, recompensado con un nivel alto de sintonía y un creciente grupo de anunciantes.

La radiodifusión donde quiera que goce de libertad para crear programas dentro del marco de una legítima competencia, puede interpretar las necesidades y aspiraciones de la gran audiencia dispersa por el territorio nacional y no necesita copiarse ni repetirse a sí misma, muchas veces habrá ocurrido que el radiodifusor le ofrece al público, lo que él cree que al público le gusta, solamente porque es lo único que se le está ofreciendo. En un país como el nuestro donde todavía es muy difícil realizar verdaderas pruebas estadísticas para conocer el gusto del público es más necesario probar, experimentar, ensayar. (Castaño Castillo, 1954)

La HJCK a lo largo de sus primeros 10 años de funcionamiento quiso posicionarse como emisora independiente dedicada a la radiodifusión cultural especializada, su equipo creativo estaba conformado por personajes con diferentes roles y profesiones, que al mismo tiempo participaron activamente en proyectos editoriales como revistas, publicaciones, etc. En principio su público objetivo fueron los intelectuales, el mismo círculo en el que se desenvolvían y al agotarse sus recursos económicos, comenzaron a buscar patrocinadores y a diseñar contenidos únicos y cargados de ingenio, los cuales se popularizaron y debido a ello, obtuvieron mucho más apoyo financiero. De aquí se

concluye que la audiencia también estaba constituida por las casas publicitarias y sus clientes.

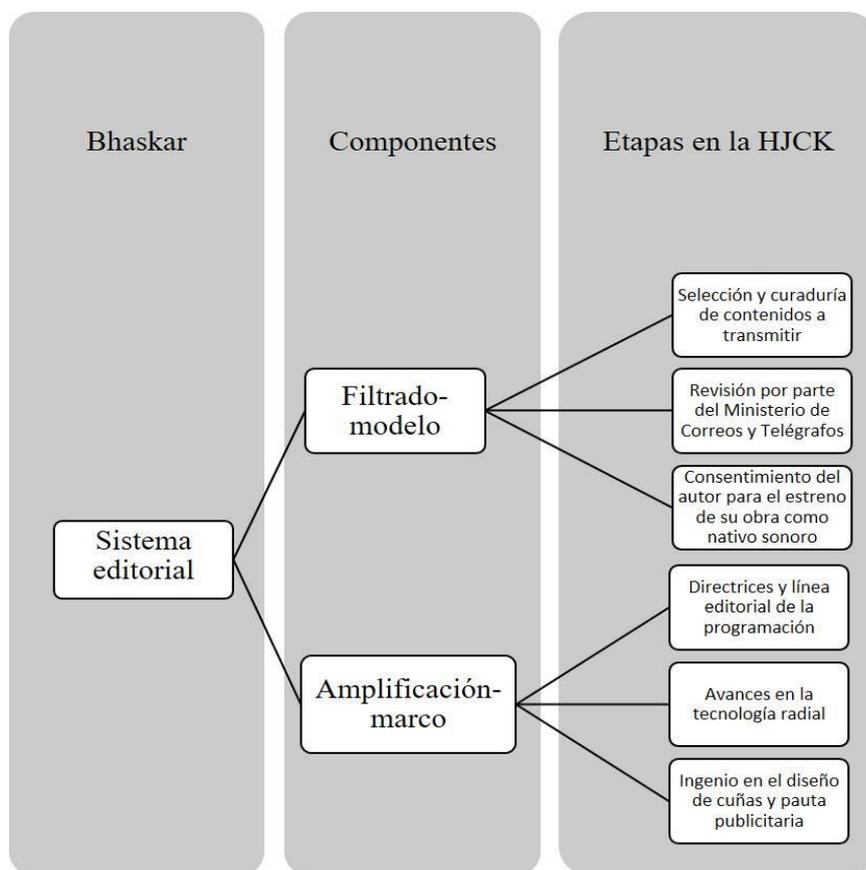
Definiendo su primera audiencia, los intelectuales, el término resulta ambiguo porque en cada época existió una generación denominada de la misma manera pero con intereses diferentes. En este caso, los intelectuales de los años 50 tuvieron origen en el marco del Congreso de Intelectuales Nuevos en 1949, donde escritores, artistas y poetas se reunieron y manifestaron su desacuerdo frente a las barbaries y la situación política del momento, se autodenominaron intelectuales nuevos. Un grupo constituido por jóvenes entre los 20 y 30 años, de clase media y alta, en su mayoría estudiantes de derecho pero con intereses diversos en las artes, la literatura, las humanidades y algunos de ellos, en la política. Estos personajes recién llegados a la capital, usaron la influencia política de sus familias e hicieron conexiones con periódicos y cafés literarios y empezaron a debutar como escritores y artistas en los principales medios de comunicación. A este grupo se unieron personajes de la generación anterior como León de Greiff, Alberto y Jorge Zalamea, Hernando Téllez y Baldomero Sanín Cano.

Luego de varios intentos fallidos por manifestarse en contra de la política del momento, intelectuales como Jorge Zalamea y Jorge Gaitán Durán, trasladan sus ideas revolucionarias a publicaciones periódicas, como *Crítica* (1948-1951) y *Mito* (1955-1962). Zalamea buscaba derrocar al gobierno conservador a través de la conformación de un ejército de intelectuales de izquierda para crear un gobierno popular, se dice que él instauró el papel social de los intelectuales. *Mito* continuó el legado de *Crítica*, pero se diferenció porque conformó una élite intelectual pluralista que acompañara al gobierno democrático y que generara transformación cultural y social (Builes, 2017).

En este contexto Builes plantea que "el papel de los intelectuales de los años 50 será fundamental para la consolidación de la democracia y la apertura universal de las artes y la literatura en Colombia" (p. 182). Cabe mencionar que no se trataba de un grupo consolidado sino de una generación que compartía los mismos ideales y fue vinculándose al emergente campo cultural a través de diversos proyectos radiales y editoriales.

Conclusiones

En síntesis, el sistema editorial planteado por Bhaskar se adapta a la emisora HJCK, en el siguiente esquema:



Adaptado de Bhaskar (2014)

Teniendo en cuenta la fundamentación teórica y los vínculos entre sus componentes y los apartados de la presente investigación, el esquema de trabajo de la HJCK responde al de un proyecto editorial, en tanto que fue una iniciativa gestada por un grupo de intelectuales interesados en imponer un nuevo estilo en el ámbito comercial. A lo largo de su desarrollo y consolidación como emisora cultural privada, el equipo creativo genera, diseña y adapta una programación dirigida a un público específico y propia del medio sonoro. Los contenidos pasan por un proceso de selección, curaduría y corrección lo cual denota un

primer criterio editorial, además es evidente la intención constante que tuvo el equipo de la emisora por diversificar y equilibrar el contenido cultural y el publicitario.

La categorización de los contenidos creados/adaptados para el medio radial por la HJCK se realizó en tres grupos: literatura y teatro, historia de la radio y HJCK y Radio Revista Mito, los cuales dan cuenta de la consciencia que tiene la emisora del medio y de su audiencia, por la especialización de su programación y teniendo en cuenta el lenguaje radiofónico refinado y los recursos sonoros que utilizan

En relación con la audiencia, a partir del análisis del lenguaje radiofónico utilizado en la programación cultural y literaria, es posible afirmar que su público objetivo era la clase alta y los intelectuales de la época, es decir el mismo círculo del equipo creativo de la HJCK, en el que convergen todo tipo de proyectos editoriales, incluso anteriores a 1950. En segunda medida, una vez que la emisora comienza a buscar patrocinio debido a que se queda sin presupuesto, empieza a apostarle a nuevos contenidos y a improvisar llamativas cuñas radiales, con las que logra captar a varias casas publicitarias, para quienes crea contenido específico a sus necesidades comerciales y es así como estas se convierten en su segunda audiencia y por supuesto sus clientes.

Por último, este proyecto contribuye a la exploración de nuevas líneas de investigación en el campo de los estudios editoriales desde otros medios alternativos al impreso, como lo son los documentos sonoros que evidencian dinámicas de producción, difusión, representación y comercialización diferentes a las que expresan los medios tradicionales y al mismo tiempo enriquecen el corpus investigativo. Resulta fundamental entender que la edición no está ligada al libro, sino que está vinculada al contenido que se encuentra dispuesto en diferentes formatos, en el caso de la radio prima la oralidad sobre lo impreso y desde este medio se empieza a construir un sistema editorial alternativo que vale la pena comparar con el tradicional y entender que no son diferentes en esencia sino que sus dinámicas ligadas al medio varían, este tema está abierto a debate y a futuras investigaciones.

Bibliografía

Acuña Rodríguez, O.Y. (2013), *Censura de prensa en Colombia, 1949-1957*.

Historia Caribe, 8(23), 241-267. Recuperado de:

<http://www.scielo.org.co/pdf/hisca/v8n23/v8n23a09.pdf>

Bhaskar, M. (2014). *La máquina de contenido: hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Builes, C. (2017). La nueva generación de intelectuales en la época de la violencia en Colombia (1946-1962). *Analecta Política*, (12),163-189. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5920069>

Castaño Castillo, A. (1951). [*Primer aniversario de la Emisora H.J.C.K.*]. Bogotá: Archivo Señal Memoria. Fondo HJCK

Castaño Castillo, A. (1954). [*Cuarto aniversario de la emisora HJCK*]: *palabras de Alberto Lleras Camargo*. Bogotá: Archivo Señal Memoria. Fondo HJCK

Castaño Castillo, A. (2006). *Para la inmensa minoría: Sus mejores comentarios en la HJCK*. Buenos Aires: Taurus.

Emisora H.J.C.K. el mundo en Bogotá (1950-2000). D'vinni Editorial Ltda.

Forero, J., & Céspedes, F. (2018). *La radio: la recepción, las audiencias y los hábitos de consumo y la producción de contenidos*. Manizales, Caldas: Centro Editorial Universidad Católica de Manizales

Hurtado, A. *La cultura escrita en sociedades campesinas: La experiencia de Radio Sutatenza en el suroccidente colombiano*. Boletín Cultural y Bibliográfico, Vol 46, Iss 82, Pp 68-91 (2012), no. 82 : 68. <http://hemeroteca.lasalle.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,url,uid&db=edsdoj&AN=edsdoj.005fe62c10034a9ba0912750fc2c6c97&lang=es&site=eds-live>.

Méndez Álvarez, C.E. (2001). *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Bogotá: McGraw-Hill.

Muñoz, A. (1995). *Historias de la historia*. Bogotá: Archivo Señal Memoria

Pareja, R. (1984). *Historia de la radio en Colombia. 1929-1980*. Bogotá: Servicio colombiano de comunicación social.

Rincón. C. (2015). *Avatares de la memoria cultural en Colombia: Formas simbólicas del Estado, museos y canon literario*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana

Ruíz, J. E. Montoya, R. (1957) *Radio-Revista Mito*. Bogotá: Archivo Señal Memoria. Fondo HJCK.

Sánchez, I. [*El radioteatro en la Emisora H.J.C.K.*]. Bogotá: Archivo Señal Memoria. Fondo HJCK.

Sánchez Reyes, J. (1990). *Boletín de programas Radiodifusora Nacional de Colombia*. Recuperado de <https://especiales.radionacional.co/historia/la-radiodifusora-nacional-de-colombia-antecedentes-y-primeros-anos>

Silva, R. (2000). Ondas nacionales. La política cultural de la república liberal y la Radiodifusora Nacional de Colombia. *Análisis Político*, (41), 3-22. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/anpol/article/view/79964>

Silva, R. (2012). *República liberal, intelectuales y cultura popular*. Medellín: La Carreta Editores E.U.