
1 X 1

ESCARAMUZA EN UNA BATALLA PERDIDA

BERTA BRITO

Han pasado once años. Tres períodos presidenciales como quien dice, desde que el Gobierno de Carlos Andrés Pérez dictó, el 3 de diciembre de 1974, el Decreto 598 (1 x 1) para proteger la producción musical venezolana de la avalancha de música importada. Desde entonces, se estableció un verdadero pugilato entre empresarios radiales, productores y artistas criollos, quienes a pesar de la normativa se veían desplazados de las ondas radiales. La decisión del Presidente Jaime Lusinchi, el 28 de octubre de 1985, de hacer cumplir dichas disposiciones —por lo menos durante su período de gobierno— le ha dado al parecer ventaja en la pelea a nuestros artistas y autores, aunque, según vemos, empresarios y discjockeys parecen no to-



marla muy en serio como lo demuestran, a partir de esa fecha, las suspensiones de *Radio Caracas, Exitos 1090, Radio Tropical* y, más recientes, las de *Ecos del Orinoco, Radio Reloj* y *Radio Aeropuerto Internacional*.

UNA VIEJA ASPIRACION

Nuestros compositores y artistas organizados, vienen luchando desde el comienzo de la era democrática (Rómulo Betancourt) por la protección estatal al folklore y música popular venezolana, cada vez más amenazada de desaparecer en aras de los intereses comerciales de la industria disquera y de la radiodifusión que son las que imponen la moda y el estilo de musical del momento.

Sus quejas fueron escuchadas, y el 4 de septiembre de 1974 aparece en Gaceta Oficial un nuevo "parche" para el viejo Reglamento de Radiodifusión (1941): el Decreto 370, que dedica un 25 por ciento de la radiodifusión musical al "arpa, cuatro y maracas", lo cual, según Raúl Rendón, Director de Telecomunicaciones de la época, serviría para generalizar nuestro folklore y proteger a nuestros hijos de los excesos de la música foránea.

Este Decreto, como la totalidad de las disposiciones estatales para reglamentar las transmisiones radio-televisivas, desató la proverbial campaña empresarial. En este caso liderizada por la Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión, que logró la modificación del texto para hacerlo más "flexible", mediante otro Decreto, el 598 o 1 x 1, el cual establece que las estaciones de radiodifusión sonora están obligadas a incluir en sus programas musicales diarios un 50 por ciento, como mínimo, de música venezolana en sus distintas manifestaciones: folklórica, típica o popular (incluyendo en este último género todo tipo de música como rock, salsa y otras, producidas en el país).

Por supuesto nadie creyó (a excepción tal vez de los artistas) que las empresas acatarían la disposición, a pesar de que el Director de Telecomunicaciones del momento anunció una "estricta fiscalización de su cumplimiento con un equipo humano especial", el cual detectó desde el comienzo la violación sistemática del mismo. Lo que ha ocurrido durante once años, y todavía después de la actual decisión presidencial.

QUIEN NOS IMPONE LOS GUSTOS

Los argumentos que esgrimen los empresarios del medio para justificar el alto porcentaje de música extranjera en sus emisiones, (sobre todo del género rock, beat o disc-music, manifestaciones de la industria cultural norteamericana) es que es lo que está de moda, lo "pegajoso" y, por supuesto, lo que cautiva a la audiencia, en su mayoría juvenil.

Puede ser que algunas de estas razones tengan cierto peso, pero nos preguntamos ¿por qué la audiencia exige ese estilo?, ¿por qué nuestra juventud prefiere el rock y el disc-music a los géneros populares nuestros?

Nadie pone en duda hoy el poder de los medios masivos para imponer conductas, valores, modelos e ideales, y no se trata simplemente del impacto de un medio, de un programa, sino de la convergencia de un mensaje por radio, TV, prensa, cine, etc.; los medios se refuerzan mutuamente para conformar modelos estandarizados de conducta en cuanto a consumo, gusto musicales, modas, etc.

Los jóvenes, obviamente, son los más expuestos a esta compulsión: "hay que estar in", "ser clase aparte", "lo extranjero es chic, sobre todo si es de Miami", "lo nacional es balurdo", etc.

Se explota, hábilmente, la necesidad de los jóvenes de afirmarse como genera-

ción dentro de su medio creando su propia subcultura. Este afán sano de afirmación e independencia se pervierte para crear una generación sin otro objetivo que su propio narcisismo, ignorante y acríptico del mundo que lo rodea.

Crear adición por cierto género musical no es una tarea difícil. La concentración horizontal de los medios, fenómeno que se acelera en nuestro país, ha puesto en manos de pocos y poderosos grupos de empresas una multiplicidad de medios: radio, prensa, TV, disqueras, publicidad, etc.

El disco se impone en principio a través de la radio, y cuando gana la aceptación del público mediante la repetición cotidiana por el discjockey, lo refuerzan la TV, la publicidad y el cine.

Así se desbordan las ventas en la discoteca y se cumple todo un ciclo de fabulosa rentabilidad económica.

Zapatazos



CUADRO I
CUADRO COMPARATIVO DE LA POSICION ENTRE LAS CANCIONES
NACIONALES E INTERNACIONALES DEL RESUMEN DISCOGRAFICO
(1982)

Mes	Canciones Extranjeras		Canciones venezolanas		Venezolanas corte popular		Venezolanas corte típico	
		%		%		%		%
ENERO	11	73.33	4	26.66	3	20	1	6.66
FEBRERO	13	86.66	2	13.33	1	6.66	1	6.66
MARZO	12	80	3	20	1	6.66	2	13.33
ABRIL	10	66.66	5	33.33	4	26.66	1	6.66
MAYO	10	66.66	5	33.33	5	33.33	0	0
JUNIO	9	60	6	40	6	40	0	0
JULIO	7	46.66	8	53.33	8	53.33	0	0
AGOSTO	9	60	6	40	6	40	0	0
SEPTIEMBRE	8	53.55	7	46.66	6	40	1	6.66
OCTUBRE	4	26.66	11	73.33	9	60	2	13.33
NOVIEMBRE	4	26.66	11	73.33	7	46.66	4	26.66
DICIEMBRE	4	26.66	11	73.33	7	46.66	4	26.66

Fuente: Tomado de "El Folklore venezolano: con bautizo y sin padrino", trabajo de Licenciatura de Luis-N. Bermúdez y Rafael Núñez, UCV.

EL MENSAJE ES EL RITMO

Un recorrido en el dial, a cualquier hora del día, nos demuestra que la mayor parte de la programación de las 156 emisoras del país es música. De este panorama no se escapan ni las del Estado, y la audiencia se ha acostumbrado a utilizar la radio como compañero musical en el trabajo, lugar de estudio, hogar o carro por puesto. Los estilos de las emisoras varían para complacer a un público heterogéneo al que dedican aproximadamente el 60 de la programación diaria, excluyendo la publicidad.

De acuerdo al género musical predominante se pueden clasificar en tres tipos: de estilo juvenil que difunden principalmente música "beat", "rock", "disc-music", etc., entre ellas: Radio Caracas, Radio Capital, Radiodifusora Venezuela, Radio Ideal, etc. Las de estilo popular que difunden abundantes melodías y ritmos latinoamericanos y venezolanos de tipo popular como salsa, bolero, son, joropo, ballenatos y algo de música folklórica y las de carácter clásico: Radio Nacional en su Canal Clásico y la Emisora Cultural de Caracas que transmite en FM, cuyas emisiones están compuestas por un repertorio de autores consagrados en la historia mundial de la música (La Emisora Cultural tiene dentro de su programación autores consagrados de música popular y también música folklórica).

Sin embargo, si detallamos la programación musical de los dos primeros tipos de emisoras nos encontramos con que las producciones venezolanas sólo cubren el 20 por ciento de la emisión diaria, siendo el 80 por ciento restante extranjera con predominio de la anglosajona, sobre todo norteamericana, y en idioma inglés, hasta el punto que algunas emisoras de corte juvenil con 7 horas de transmisión musical, dedican a música anglosajona de 5 a 6 horas (ver cuadro).

Nos preguntamos si en realidad esa es la programación adecuada; la que gusta a la audiencia joven, pues sabemos que muchos de ellos, de nivel popular, prefieren el ritmo latino (salsa, son) al rock. También existe un número cada vez mayor de aficionados a la música clásica que antes se conceptuaba como fúnebre.

La mayoría de las emisoras violan el Decreto 598, mediante las grabaciones de artistas nacionales que interpretan música de autores extranjeros.

La verdad sea dicha, el Decreto tiene muchos boquetes por donde puede pasar con facilidad el contrabando musical. Gran parte de las emisoras lo burlan por distintas vías: incluyendo artistas nacionales como, por ejemplo, José Luis Rodríguez, cuyo compositor especial es el español Manuel Alejandro, o Mirla Castellanos, Marlene y otros que graban las producciones de Calderon o Perales; se utiliza también el recurso de horarios no comprendidos dentro de los estelares, en este caso se presentan bloques de música venezolana a las 6 de la mañana o después de las diez de la noche y, por último otra forma de burlarlo, es repetir una y otra vez a lo largo del día, para cumplir con el porcentaje, una composición venezolana.

La excusa común es que las disqueras no graban autores venezolanos como Luis Mariano Rivera o Pío Alvarado, porque no son rentables comercialmente.

En todo caso, el organismo encargado de controlar el cumplimiento de la normativa se limita a sancionar con multa las infracciones (cuatro mil bolívares) y a reconocer públicamente su incapacidad para aplicar otros correctivos. Las emisoras, por su parte, incluyen dentro de los costos de la programación la irrisoria sanción.

¿RESCATARA NUESTRA IDENTIDAD EL 598?

La preservación de la identidad nacional y de nuestros valores culturales con el fin de evitar, en la medida de lo posible, que se nos deforme y colonice con expresiones de culturas en crisis, fue, entre otros muchos justificados, uno de los argu-

mentos que el Presidente Lusinchi presentó en su carta pública a Peter Taffin, Presidente de la Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión, quien le solicitó una aplicación "algodonada" del 1 x 1.

CUADRO II

1974: Decreto Presidencial No. 598 (Carlos Andrés Pérez)

"Las estaciones de Radiodifusión Sonora quedan obligadas a incluir en sus programaciones musicales diarias un 50 por ciento, como mínimo, de música venezolana en sus distintas manifestaciones: folklóricas, típica o popular".

(Gaceta Oficial No. 30.680, 3 de Diciembre de 1974)

Obviamente, nosotros, compartimos ese criterio junto con artistas, autores, educadores, políticos, al igual que lo hacen muchos padres conscientes de las deformaciones derivadas de esas culturas en crisis. Creemos también que nadie puede convertirse en enemigo gratuito de la creatividad musical y del esnobismo vanguardista, pero tampoco tales criterios pueden ser las únicas directrices, sobre todo cuando lo que está en juego es la modelación de niños y adolescentes.

CUADRO III

1977: Un caso típico: Radio Caracas. Programación sobre 24 horas de transmisión.

1) Género musical: 66.40 por ciento del total	
	Porcentaje
— música venezolana	19
— música latinoamericana	3
— música extranjera	78
2) Género publicitario: 23.62 por ciento	
3) Otros: informativos, etc. 9.98 por ciento	

(Fuente: Ignacio Ibáñez, R. Comunicación, No. 32, p. 45, 1981)

Lo que si aseguramos es que esta simple medida, por lo demás fácil de burlar, no puede servir para contrarrestar el "mensaje-masaje" con el que a diario nos bombardean ciertas producciones profusamente difundidas por TV, cine y otros medios, que no sólo atentan contra nuestros valores culturales, menosprecian nuestras costumbres, afirman la dependencia cultural e intelectual, compelen al consumismo irracional, sino lo que es mucho más grave, contribuyen a la degeneración física y espiritual de nuestra juventud induciéndola subliminalmente al consumo de drogas. Desgraciadamente hasta los medios de comunicación del Estado están comprometidos en el atentado.

CUADRO IV

1985: El Presidente Lusinchi a la Cámara de Radio

- 1) “Como Jefe de Estado estoy obligado a velar por el cumplimiento de la ley y en este caso, son casi 11 años de violación continua de un decreto gubernamental perfectamente bien fundamentado y más que justificado”.
- 2) “Estoy obligado a velar por la preservación de la identidad nacional y de nuestros valores culturales y evitar hasta donde sea posible, sin chauvinismos necios, que se nos deforme y colonice con expresiones alienantes de culturas en crisis”.

(Fragmento de la carta, Miraflores 26 de octubre de 1985)

ADQUIERALO

LIBRERIA "A.C.U."
PASILLO FAC. INGENIERIA, U.C.V.