



EN LA MISMA
SANTONÍA

VIDAS EN LA RADIO



monitor
LATINO



En la misma sintonía:
Vidas en la radio

Un libro de
monitorLATINO

David Gleason

“La palabra clave, a la hora de programar, es calle.”

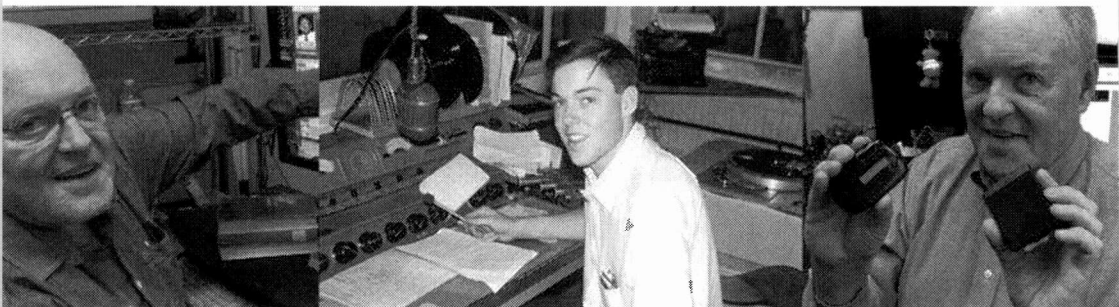
Si es cierto el dicho que la vida comienza a los 40 —o más recientemente, que los 50 son los nuevos 40—, entonces David Gleason empezó con poco más de tres décadas de ventaja, y una determinación fuera de lo común, a sacar el máximo de la vida. Cuando el chico de Cleveland, Ohio, cumplió diez años, ya había quitado con pala la nieve de la entrada de su casa y alimentado los gansos —como todo buen niño—, pero también había fundado su propio negocio de tarjetas de presentación, había incursionado en el mercado de valores y consultaba regularmente *The Wall Street Journal* y *Barron's* para ver el rendimiento de sus acciones. Cinco años después fundaría su primer periódico. Y, a diferencia de la mayoría de los muchachos de la escuela preparatoria, ahorra su dinero para convertirse, siete años después, en el dueño de una estación de radio a 4,500 kilómetros de casa. Todo esto en menos de 17 años. Y se trataba de apenas el inicio de una apasionante carrera en la radio que ha combinado con sus actividades como inversionista, historiador, antropólogo y estudioso de la música en español.

La narrativa de David Gleason

“Mi padre había sido banquero durante la Gran Depresión de los años 20 y cambió de profesión para dedicarse a otros asuntos”, explica David Gleason, actualmente asesor en Univision, en perfecto español. “Fue gerente de un cementerio, se dedicó a los árboles y plantas de ornato; es decir, nada de inversión ni radio por mucho tiempo, pero cuando yo era chiquito me instruyó sobre cómo crear un patrimonio. Yo jugaba con acciones baratas de la Bolsa de Toronto, que eran de 30 y 40 centavos, y con tres dólares (ajustaba) diez y a veces hasta cien. Así aprendí a manejar ese asunto de las inversiones, que fue lo que más tarde me llevó a comprar acciones, en la Bolsa de Nueva York,

de una de las empresas grandes de radio y televisión, a comienzo de los años 60: *Storer Broadcasting*. Como accionista, me sentía obligado a visitar las estaciones de la compañía. Siendo un chamacó de trece años, me presentaba en las emisoras pidiéndoles que me mostraran las instalaciones. Me imagino que a los gerentes se les hacía algo novedoso, así que me daban el gran *tour*. Así me empezó a interesar la radio, ya no tanto como una simple inversión”.

“Cerca de donde vivía encontré una estación donde, a cambio de hacer algunas tareas, como limpiar la salita del café o tirar la basura, me dejaban quedarme durante horas, y cuando llegaba a faltar alguien me llamaban para hacer de operador. Hasta me pagaban la gran cantidad de un dólar con 15 centavos por hora. En esa época descubrí que muchas de las estaciones que no podía visitar, por que se encontraban muy lejos, podía escucharlas por la noche en radio AM, y al buscarlas descubrí otras estaciones a mayores distancias. Una de las que más me gustaba era la XEB, la B Grande de México, que llegaba hasta el norte de Cleveland, donde yo vivía. Con el poco español que tenía, comencé a llamar en la madrugada para pedir canciones de la Sonora Santanera y Carlos Campos. Cuando comencé a escuchar estaciones remotas, tuve la oportunidad de ir una Semana Santa a Miami, visité una de esas estaciones, del mismo dueño de la de Cleveland y que transmitía en español, y recuerdo que el gerente me obsequió una caja de discos de música cubana: La Matancera, Celia Cruz, Pupi y su Charanga... toda esa música de los 60 que comencé a escuchar primero por la novedad, después porque me gustaba. Igual me pasó con la música tropical mexicana, que también escuchaba en la Gran B. Cuando descubrí que había un movimiento de la `nueva ola´ (*rock and roll*) en español, prefería escuchar a Enrique Guzmán, César Costa y los Hooligans que a los Beatles y la ola inglesa”.



América Latina

En 1963, David comenzó su larga “caminata” profesional por América Latina, que comenzó por México, donde por medio de un amigo de la familia y de Nationwide Insurance's Peoples Broadcasting consiguió un año de intercambio académico. “Pero nunca pisé el colegio”, sonríe David. “Por suerte, fui a visitar las oficinas de Organización Radio Centro y acepté la oportunidad de trabajar ahí como aprendiz por espacio de nueve meses. Pasé todo el año llevando cartuchos de un estudio a otro, los de las noticias cada hora, y cosas por el estilo. La regla ahí era no hablar a menos que te hablaran. Ahí se fortaleció mi interés por la radio en México y en Latinoamérica”. Luego, en 1964 se trasladó a Ecuador con la intención de terminar su penúltimo año de preparatoria, pero se encontró con un país convulso que acababa de pasar por un levantamiento que había depuesto al presidente Carlos Julio Arosemana. Las escuelas en Guayaquil eran un caos burocrático y la admisión fue difícil, pero David aprovechó bien el tiempo.

“En Quito encontré una oportunidad para comprar una licencia y levantar una estación”, recuerda. “Tomé todos mis ahorros y el cinco de diciembre de 1964 nos lanzamos al aire. Yo era todavía un chamaco de 17 años de edad, y por tanto interesado en la música moderna y pop en español de la época. Me di cuenta de que no había ninguna radio de ese tipo, a pesar de haber 42 estaciones en la capital de Ecuador. En ese tiempo, las estaciones en Sudamérica tenían una programación más como la que vemos en televisión, por bloques: una hora de música pop, una de música nacional, incluso una hora de zarzuela en una que otra emisora; noticias, deportes; no pasaban más de dos horas sin cambiar de género”.

Yo venía de mi experiencia en Radio Centro y de la radio en Estados Unidos, sabía del éxito que habían tenido los señores Aguirre con formatos específicos (el lema de su organización en esa época era: *Cada una, primera en su tipo*), así que me di cuenta de que se podía hacer radio por géneros. Así lo hice, pero por seis meses no facturamos nada. Lo único que había en el bolsillo era tela, no plata. Pensábamos que se acercaba el fin para la estación de bolsillo (así la llamaba despectivamente la competencia, porque los jóvenes andaban con sus radios de transistores en el bolsillo, escuchándola) y un día nos llegó una caja pesada de McCann Erickson. Era la época en la que los anuncios de las agencias de publicidad llegaban en acetatos, y venía con contratos de anuncios de todos sus clientes, pues había encuestas que posicionaban a la ‘estación de bolsillo’ en el primer lugar del mercado. De ahí seguí creciendo, compraba estaciones que no estaban bien o pidiendo nuevas licencias, como en el caso de la primera FM del país, dos años más tarde”.

“Poco después, tuve unos problemas con una estación hablada que había montado que se llamaba Ecos de la Montaña; transmitía novelas, deportes y noticias, y ésta era la parte explosiva, pues estábamos afiliados con el diario El Tiempo de Quito, y exigíamos al gobierno militar cumplir su promesa de celebrar elecciones democráticas. Descubrí que las juntas militares no tienen sentido del humor y fui obligado a salir del país. El editor del periódico terminó desaparecido, nunca lo encontraron. Me quedé un par de semanas en Miami con un amigo, el gerente de WQBA La Cubanísima, y apareció la oportunidad de una gerencia en la WUNO de San Juan de Puerto Rico. Sin nada en el bolsillo, me pareció una excelente oferta. Así, de 1970 a 1992, con pequeños intermedios, estuve viviendo en aquella isla”. A pesar del prospecto de ser el más joven en la empresa, le ofrecieron la gerencia. Gracias a los cambios en la programación que aplicó, a los tres meses la estación en declive estaba en franca recuperación y, para el sexto mes, Radio Uno logró un empate en el primer lugar.

Otros hitos en Puerto Rico fueron su trayectoria en Salsoul, desde 1985 como asesor y gerente de ventas, emisión que ocupó el primer lugar por veinte años sin interrupción con un formato de salsa y grandes personalidades, y su nombramiento como miembro honorario de los Fania All Stars en un concierto realizado en honor a Ismael Rivera, “El Sonero Mayor”.

La palabra es “calle”

En 1980 regresó a Estados Unidos para lanzar la nueva estación WHTT en Miami, y dos años más tarde inauguró en la misma ciudad el servicio sindicado “Música en flor”, que creaba producciones para su distribuir a varias estaciones de América Latina, incluyendo música, asesoría técnica, voice tracking, publicidad y comunicados de prensa. En cierto momento el servicio logró afiliarse a 80 emisoras en 16 países. Tras varios años de brindar asesoría, en 1992 tomó el puesto de programador para KHJ y KWIZ, dos estaciones del grupo Liberman, donde permaneció durante dos años, y en 1995 fue director de programación para Heftel, donde en el transcurso de cinco años convirtió la KTNQ-AM en una estación hablada las 24 horas, siete días de la semana.

Con todo, ha sido sobre todo la labor de asesoría a empresas radiofónicas de David lo que ha caracterizado la trayectoria de este infatigable personaje de la

radio, que posee además un vasto conocimiento musical. Esto le ha permitido tener innumerables éxitos en materia de programación e incluso capacidades de resucitación de estaciones al borde de la extinción. “Se trata de observar un mercado”, puntualiza; “ver, por ejemplo, qué tipo de música tiene más exposición en las tiendas de discos, qué shows se presentan en la ciudad, qué tipo de artistas están en los clubs o centros nocturnos; en resumen, lo que está vigente en la calle como parte de la cultura popular, y después comparar con lo que se tiene al aire y, apoyados en la encuestas, definir el tipo de programación para un segmento del público”.

“Por ejemplo, en 1999 me invitaron a asesorar una FM en Buenos Aires. La emisora tocaba música anglo tipo adulto contemporáneo, tenía una baja audiencia y no estaba facturando casi nada. Yo sabía cómo estaba la cosa en Buenos Aires, pero quería darme una mejor idea. Así que llegando al aeropuerto paré en una tienda de discos y observé que los anaqueles principales tenían lo que ellos llamaban rock nacional. Al revisar las estaciones de Buenos Aires, me di cuenta de que no había una sola emisora de rock nacional. Ahí estaba la oportunidad. Había que definir el tamaño de ese público. Hicimos estudios formales para probar diferentes conceptos de programación, haciendo muestras de cómo sería la música, implementamos el formato y nuestro porcentaje de audiencia brincó en un mes de 1.8 a 22 puntos. Fuimos número uno en Buenos Aires, que es quizás el segundo mercado más grande en Latinoamérica, y nos mantuvimos en ese sitio durante todo el tiempo que yo tuve la estación. Por eso”, insiste, “la palabra clave, a la hora de programar, es calle”.

Los grandes hits de la música en español

En un momento en el que ningún género en especial parece dominar en la radio, cuando el mercado parece más fragmentado que nunca, Gleason encuentra un placer especial en recordar los grandes hits que han definido la historia de la música popular latinoamericana. “Cada tipo de música, cada género tuvo su momento. Por ejemplo, para la música tropical el mejor momento fue la internacionalización de la cumbia: Sonia López con la Sonora Santanera, Mike Laure con su 039, etcétera. Fue un cambio total de lo que había entonces: las danzoneras, la música tropical de la Matancera. La música tropical tuvo un cambio más reciente con los sonideros. En cuanto a México, si vamos a la música pop, obviamente estuvo la época de los Teen Tops y demás, que terminó alrededor del 68 con (la llegada de) los españoles como Raphael, Julio Iglesias y especialmente con Camilo Sesto. Después en México surgieron muchos artistas como José José, Juan Gabriel, y posteriormente artistas como Pandora”.

“Después llegamos a los 80, que yo diría es la segunda transformación, cuando tuvimos todo lo de Timbiriche, Flans y la música pop-rock, que era más pop que rock, pero no eran ya las palabras de Julio Iglesias, ya no era el amor libre de Camilo Sesto, sino (uno que ocurría) en un bazar.¹ Después se establece cierta clasificación que tenemos todavía: artistas tradicionales como Luis Miguel, Christian y Ricardo Montaner, que es más pop para adultos, y tenemos alternativo, pop rock y la balada romántica. También tuvimos la interesante fusión de lo grupero — tipo Los Muecas, Los Babies, Los Bukis— con la balada, que desembocó en el material que conocemos hoy de Marco Antonio Solís, que realmente es un baladista. En cuanto a (el aparente declive de) la música ranchera, me viene la idea de que ésta depende de tener súper estrellas, y ciertamente no las hay más en la música ranchera. No creo que haya perdido vigencia, pero sí creo que no hay nuevos valores; gente que se compare con Antonio Aguilar, Jorge Negrete y todos esos los nombres que conocemos”.

“Si uno analiza las listas de popularidad — Santiago de Chile, Asunción o México—, la proporción de música en inglés es, en años recientes, la más alta desde los años 60. Por ello, lo que queda para la música latina está segregado en el pop latino y

¹ Se refiere a la canción del grupo de pop adolescente Flans, titulada *Bazar* (1985), compuesta por Lara y Monárriz.

los géneros regionales, como lo que llamamos regional mexicano o el formato grupero. Eso es lo que domina en la radio en español, sobre todo en el centro y suroeste de los Estados Unidos, que es donde encontramos la mayor población inmigrante, personas que adquirieron su gusto musical en México. Luego están los géneros secundarios, como el pop, la balada, la música contemporánea, y de vez en cuando las modas pasajeras. Pero para definir qué género manda en este momento en la música latina, habría que ver país por país. Hoy día, en Puerto Rico, hay una sola cadena de salsa, cuando hace unos treinta años representaba 30% o 40% de la sintonía total. Ahora son varias estaciones de puro reggaetón y otras que incluyen un alto porcentaje de ese ritmo. Si uno va a Chile o Argentina, encuentras que las emisoras tipo pop son 30%. Alrededor de 40% (son de reggaetón y material rítmico parecido”.



Vida de película

Después de cincuenta años en la radio, desde los lejanos días en los que siendo un adolescente visitaba las emisoras cuyas acciones guardaba en casa, a David Gleason le resulta difícil encontrar el momento más representativo o emocionante de su vida, pero después de un largo silencio, reflexiona y piensa que, decididamente, “mi mejor momento fue posiblemente cuando había perdido la esperanza de poder seguir con la emisora en Ecuador, abrí el paquete de McCann Erickson y encontré que en esa caja había suficiente ingreso para que la emisora ganara dinero. Obviamente, esto representaba confirmar que a pesar de mi edad y falta de experiencia, el instinto no me había fallado. Ahora me pregunto, habiendo aprendido más de la radio, si tendría el valor de los 17 o 18 años para hacer algo tan atrevido como crear una estación de música pop en un país que nunca había tenido ese tipo de programación. Una persona de una difusora, a quien respeto mucho, me dijo una vez que lo que yo había hecho en Ecuador había sido montar una estación porque lo que yo quería era ser programador, y a mi edad nadie me hubiera dado ese puesto. Y sí, lo que yo quería era programar; no hay nada más divertido y que dé tanta satisfacción como ver que algo funciona. La precaución y el miedo que desarrollamos como adultos a veces nos impide hacer las cosas por impulso, y muchas veces son las cosas correctas”.

“No en términos de rating ni de mayor impacto, pero posiblemente la estación que más satisfacción me ha dado fue la 1020 AM en Los Ángeles, entre 1996 y 1999, cuando la convertimos en radio hablada, tipo tribuna: con mucha participación del público, con personalidades que realmente entendían el sentir popular, no lo que una vez dijo amigo sobre la radio hablada en algunas ciudades grandes: tres personas con traje y corbata resolviendo los problemas de México en media hora. En la 1020 abordábamos las preocupaciones de la gente en la vida diaria: cómo hacer rendir el sueldo, cómo inconformarse si había algún error en una tarjeta, comentábamos los deportes populares y eso para mí era fascinante, porque además tenía un equipo que habíamos preparado

para hacer radio hablada. No eran licenciados ni economistas; eran locutores que ya se habrían cansado de tener que esperar cuatro minutos a que terminara una canción para poder hablar diez segundos”.

Actualmente, Gleason es asesor de Univisión en aspectos de investigación y programación, y desde hace 22 años crea un producto llamado Éxitos Exprés para la firma Radio Express de Los Ángeles, así como un servicio de novedades de música pop en español para toda América Latina. Además, dedica su tiempo más valioso al trabajo que, según dice, más le divierte y menos le paga, un sitio de Internet titulado American Radio History ² donde documenta minuciosamente la historia de la radio, a través de revistas y libros. Con satisfacción, sigue disfrutando en privado de la música, su música, que lo ha acompañado desde niño, y que al paso de los años se ha diversificado. En su colección tiene álbums de Carlos Vives, la Santanera, los Teen Tops, y material en inglés como los Pet Shop Boys; y desde luego Camilo Sesto, La Barca, considerada la primera canción de rock nacional en Argentina, e incluso Tristes Recuerdos de Antonio Aguilar. Aunque, a pesar de haber pasado por la mira de juntas militares, crisis económicas que hicieron naufragar muchas empresas en América Latina, e incluso haber tenido que palear la nieve de muchas tormentas, la vida de David Gleason, el estadounidense enamorado de la música en español, ha sido todo excepto tristes recuerdos. Y eso que todavía estamos por ver lo que aún nos tiene preparado.



² <http://www.americanradiohistory.com/>