



De la onda a la web

Paralelo entre
la radio convencional
y la radio virtual

ANDRÉS BARRIOS RUBIO



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ
JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS, ARTES Y DISEÑO

De la onda a la web

Paralelo entre
la radio convencional
y la radio virtual

ANDRÉS BARRIOS RUBIO



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ
JORGE TADEO LOZANO

Facultad de Ciencias Humanas, Artes y Diseño

Barrios Rubio, Andrés

De la onda a la web : paralelo entre la radio convencional y la radio virtual / Andrés Barrios Rubio. - Bogotá : Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Ciencias Humanas, Artes y Diseño, 2011.

200 p.; 22 cm.

ISBN: 978-958-725-069-5

1. RADIO - HISTORIA - COLOMBIA. 2. RADIO POR INTERNET. 3. RADIOEMISORAS. 4. PROGRAMAS DE RADIO. I Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Ciencias Humanas, Artes y Diseño. I. tit.

CDD384.54 "B277"

Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano
Carrera 4 N° 22-61 – PBX: 242 7030 – www.utadeo.edu.co

DE LA ONDA A LA WEB,
PARALELO ENTRE LA RADIO CONVENCIONAL Y LA RADIO VIRTUAL

RECTOR: José Fernando Isaza Delgado

VICERRECTOR ACADÉMICO: Diógenes Campos Romero

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS, ARTES Y DISEÑO: Alberto Saldarriaga Roa

DECANA DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO: Vera Schültz Smith

DIRECTOR EDITORIAL (E): Jaime Melo Castiblanco

REVISIÓN DE ESTILO: Taller de Edición - Luis Rocca

DIAGRAMACIÓN: Felipe Duque Rueda

GRÁFICAS: Mary Lidia Molina

PORTADA: Felipe Duque Rueda

FOTOGRAFÍAS: Luis Carlos Celis

COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA: Henry Colmenares Melgarejo

IMPRESIÓN DIGITAL:

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin autorización escrita de la Universidad.

IMPRESO EN COLOMBIA - PRINTED IN COLOMBIA

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
I. ¿DE QUÉ ESTAMOS HABLANDO?	11
Historia de la radio convencional	13
En el mundo	13
En Colombia	15
Experiencias de radio en Colombia	23
La radio comunitaria	23
Experiencias de radio comunitaria en Colombia	25
La radio en Internet	30
Cómo montar una emisora en Internet	33
Experiencia de radio en Internet en Colombia	45
II. REQUISITOS PARA MONTAR UNA EMISORA CONVENCIONAL O EN INTERNET	59
Legislativos	61
En Colombia	61
Constitución de 1991	61
Legislación de telecomunicaciones	70
Emisoras comerciales y su concesión	75
Emisoras de interés público y su concesión	77
Emisoras comunitarias y su concesión	80
Derechos de autor	81



Técnicos	91
Equipos y elementos necesarios para poner en funcionamiento una emisora convencional	91
Equipos y elementos necesarios para poner en funcionamiento una emisora por Internet	96
Características del estudio de transmisión	97
Integrantes	101
Personal que integra una emisora convencional y sus funciones	101
Personal que integra una emisora por Internet y sus funciones	107
Organigrama de una emisora convencional	108
Organigrama de una emisora por Internet	107
Económicos	110
Consecución de recursos	110
Emisora convencional	110
Emisora por Internet	111
Gastos	112
Emisora convencional	112
Emisora por Internet	113
III. ¿QUÉ DEBE SABER EL COMUNICADOR?	115
La responsabilidad del comunicador con el medio y su público	117
El lenguaje radial	121
Creación de formatos digitales	125
IV. PROGRAMACIÓN UNA EMISORA CONVENCIONAL O EN INTERNET	131
Cómo programar	131
Planeación de un programa	138
Los géneros de la radio	140
La entrevista	141
La noticia	143



El reportaje	157
La crónica	158
El informe especial	158
Educativo	158
La encuesta	159
El debate	159
La mesa redonda	159
La música	159
V. PROPUESTAS DE PROGRAMACIÓN	161
Emisora comercial	163
Plan general de programación	163
Sinopsis de la programación	164
Emisora comunitaria	169
Distribución general de programación	169
Sinopsis de la programación	170
Emisora por Internet	172
Distribución general de programación	177
Sinopsis de la programación	178
VI. ► DISEÑO PARA PÁGINAS WEB	185
► CONCLUSIONES	191
► GLOSARIO	193
► BIBLIOGRAFÍA	197





INTRODUCCIÓN

El presente documento es el resultado de un trabajo de varios años, que incluye por una parte, mi paso por el pregrado y el posgrado en la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, y por otra, el ejercicio profesional en los medios de comunicación y mi labor docente y administrativa en la misma. Para esta introducción me he tomado la libertad de adaptar lo escrito con mis compañeros Diego Fernando Valencia Delgado e Ingrid Paola Ovalle Leal en nuestra tesis de grado *Manos a la radio*, en el 2001.

Analizar el fenómeno de la radiodifusión en Colombia es indagar los sueños de muchos “radio apasionados”, que en busca de unir a su comunidad, de expresar lo que sienten o de simplemente hacer que otro conozca lo desconocido, se han “montado en la titánica labor” de hacer radio, ya sea comercial, educativa, e incluso comunitaria, entre muchas otras.

El ánimo de muchos colombianos para hacerse escuchar a través del medio de comunicación con más aceptación en Colombia¹, hace que nuestro país sea uno de los líderes de la radio en América Latina, lo cual posiciona a Colombia como una cuna de experiencias radiales, de experimentos comunales y, sobre todo, de esperanzas y sueños convertidos en ondas hercianas que recorren el país desde la Guajira hasta el Amazonas, pasando por Nariño y Guainía. Sueños que en la actualidad y gracias a la tecnología se pueden trasladar a otro escenario en donde la difusión es mundial: Internet.

1 Frías, Ámilde. Colección Radio y niñez. *Estas memorias no son de memoria*, página 36.



Pero no todo es “color de radio”, pues en la actualidad la radio colombiana enfrenta varios problemas. El primero es la falta de organización en los recursos económicos, pues muchos de los concesionarios de radio en Colombia en su afán de estar al aire olvidan que la radio, al igual que el resto de los medios de comunicación, es una industria que, aunque no es excesivamente costosa, sí es una empresa que exige especial cuidado con las fuentes de las que provienen los recursos.

Otro gran problema es la politización actual de las frecuencias. Desafortunadamente, muchos han visto en la radio un espacio propicio para la divulgación de sus propósitos. Por ello, en algunos casos, se han convertido en “patrocinadores”, “impulsadores”, “capitalizadores” y, por ende, muchos dueños de campos radiales han descartado el trabajo que durante años realizaron quienes ven en las emisoras una alternativa de unión, paz, comunicación, esperanza, divulgación y solución de los problemas de sus sociedades.

Así mismo, en la actualidad las emisoras de nuestro país compiten con un gigante llamado “nuevas tecnologías”, que establecen las directrices, desde pautas de producción y difusión, hasta formatos que la radio debe emitir, y convierten a las estaciones de escasos recursos en pequeñas emisoras sin peso.

Afortunadamente, los sueños siempre apuntan y apuestan a que se repita la historia de David y Goliat, pero esta vez la onda y la piedra se convierten en un micrófono y en el análisis, apropiación y aprovechamiento de las nuevas tecnologías para subsistir en el nuevo panorama mundial, que nos habla de la multimedia y la globalización de los medios. La unión de una comunidad capacitada para lanzar una propuesta es lo suficientemente atractiva, necesaria, útil e interactiva para que sus paisanos y demás habitantes del planeta se queden con un producto radial, cuyas características respondan a los intereses particulares de cada grupo objetivo no sólo local y nacional, también internacional.

Para que esto suceda, es necesario atender primero otro problema: la falta de documentos y bases bibliográficas que sirvan de apoyo y guía a los nuevos “radio soñadores”, para que sea posible la estructuración, el montaje, la puesta en marcha y el funcionamiento de las emisoras convencionales y por Internet. De allí que muchas veces, al hablar de radio, nos referimos a experimentos que fracasan porque desconocen que participar en visión del medio implica un cambio sustancial en la forma tradicional de hacer la radio.

Se necesita una radio interactiva y heterogénea, capaz de incluir a toda la comunidad, desde los niños y niñas hasta los ancianos. Con esta característica todos los oyentes se sentirán vinculados y comprometidos con la emisora, que al fin y al cabo, no es más que un ágora en la que las expresiones y pensamientos se difunden libre y responsablemente para proponer un mejor estado de sociedad, y generar un espacio de encuentro y reflexión para que a cada segundo se emita una propuesta de paz y convivencia que fomente la unión de las regiones y sus habitantes.

La radio por Internet, al igual que la radiodifusión tradicional, es un servicio de y para la comunidad. Bajo este precepto es importante recalcar que las emisoras por Internet deben ser espacios de interacción de las diferentes comunidades, por ello es muy importante que la pluralidad y el consenso colectivo sean dos elementos siempre vigentes en su funcionamiento. Debe servir para difundir las tradiciones y los valores, además de dar un espacio de expresión y participación a los diferentes ciberescuchas. Se debe entender que este nuevo sistema de comunicación, al igual que el tradicional, es un servicio público que no requiere licencia del Ministerio de Comunicaciones.

Con lo anterior se da vía libre para que las emisoras por Internet no sean necesariamente sociedades legítimamente conformadas, con una persona jurídica y unos estatutos que sirvan como carta de navegación durante el proceso de la radiodifusión, pero esto no implica que sea un sistema sin pertenencia y propiedad en un grupo determinado.

Como el objetivo es penetrar un grupo más grande y de carácter internacional, es necesario que, dentro de la conformación de una emisora por Internet, se busquen espacios de participación múltiple que les den cabida a todas las expresiones y necesidades propias de la comunidad. Claro está que no se deben desechar propuestas que, aunque no sean propias, brinden herramientas y elementos socializadores que ayuden a una mejor convivencia y, por ende, a una solución de los problemas y necesidades.

Lo anterior no es más que una condición básica y lógica para que la radio por Internet supla las deficiencias en materia de comunicación e información, debido a que los grandes medios de comunicación tradicionales dejan atrás las noticias regionales y las expresiones locales, sumiendo así a las pequeñas poblaciones o comunidades en un olvido y anonimato que ninguna sociedad merece, por pequeña que sea.



Este estudio es un sueño y una apuesta. Apunta a una creación en la que, más que una estrategia de comunicación para el montaje y posterior funcionamiento de una emisora por Internet, se busca plantear alternativas de unión y participación de la comunidad, en torno de un medio de comunicación tan importante como la radio. Este trabajo e investigación busca ser un aporte para que tanto comunicadores profesionales, como las personas del común vean que una organización radial es un proyecto de educación, comunicación y desarrollo comunitario.

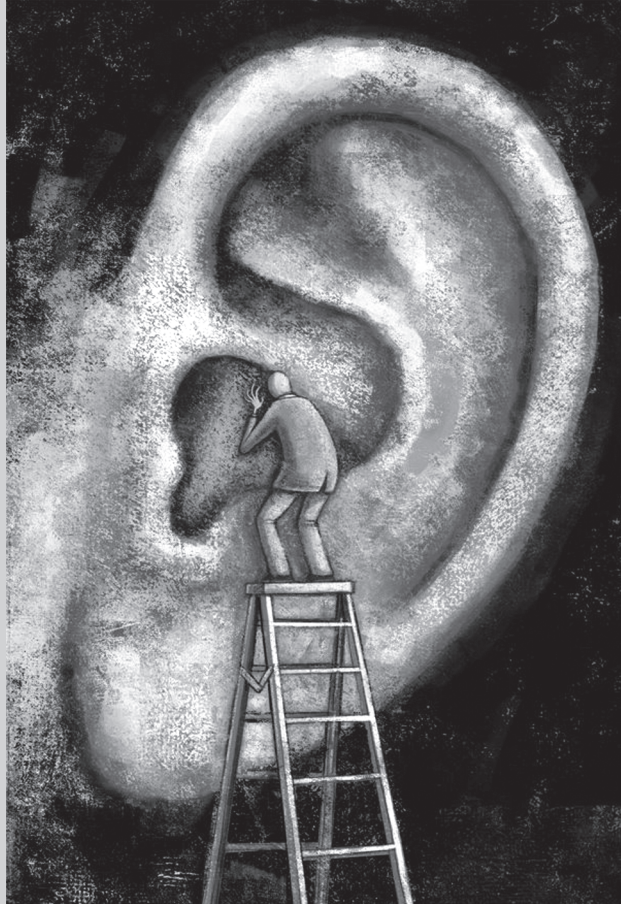
Pretendo que los comunicadores² de todo el país tengan herramientas claras y precisas para la organización de grupos humanos, de comunidades enteras que busquen un mejor porvenir gracias a la radio. De ahí, que este texto tenga a parte de un fondo sustentado, una forma lúdica, ágil y fácil, que comunique el deseo de hacer de la radio un instrumento de difusión público en el que la libertad y la heterogeneidad sean piezas clave. No debemos olvidar la responsabilidad que tienen todos aquellos que se ven al frente de un medio o de una comunidad.

Por lo anterior, se busca aportar a los profesionales de nuestro campo algunas experiencias de radio por Internet en el país, porque estos experimentos radiales les ofrecen nuevas maneras implementar estrategias de comunicación y educación para el desarrollo de pequeñas y grandes comunidades.

Finalmente, este trabajo busca que su población de influencia sean los más de cuarenta millones de colombianos y demás seres del planeta que buscan ser escuchados a través de las risas, los juegos, las esperanzas e ilusiones, y así dejar de lado la metralla, la pólvora, la sangre, la muerte, la violencia y las lágrimas.



2 En este documento se entiende por “comunicador” a todo aquel que vea en la radio una estrategia de unión para una comunidad.



**¿DE QUÉ ESTAMOS
HABLANDO?**

I

HISTORIA DE LA RADIO CONVENCIONAL

Al ser la radio el tema central de este libro se hace necesario el indagar por la historia de este gran invento y su desarrollo, no sólo en nuestro país sino en el mundo entero.

EN EL MUNDO

A finales del siglo XIX y principios del XX se desarrollaron diversos descubrimientos y se construyeron relaciones sociales cada vez más complejas. En su etapa inicial, el objetivo principal de la radio era llevar mensajes al público de la época, que tenía fuertes deseos de saber más de sí mismo y sobre los demás. Pasados algunos años, surgió la necesidad de generar contenidos para sus espacios, por eso recurrió a la imitación, de lenguaje y mensajes, provenientes de la prensa, el teatro y la música.

Poco a poco se incorporó en el gusto de los oyentes, hasta el punto de llegar a un progreso que demostró que podía ser un medio independiente, que podía producir sus propios contenidos. Fue así como este medio se convirtió en una herramienta indispensable para el ser humano, no en vano muchos de nosotros crecimos de la mano con ella. Demostró su utilidad y poder, un poder a través del que se pueden movilizar masas, dar validez a diversos temas y posturas, informar y promocionar temas en pro de formar multitudes. Para entender el proceso de este gran invento y su desarrollo, se presenta el contexto, los inventos y acontecimientos que precedieron su origen.

Es pertinente iniciar este recuento con Samuel Morse, quien inventó, propuso e implementó un sistema de comunicación utilizado por mucho tiempo, el telégrafo. En 1873,



James C. Maxwell propuso la existencia de varias clases de ondas y planteó la teoría electromagnética, así descubrió cómo se mueven las ondas eléctricas.

En 1876, Alejandro Graham Bell profundizó en el invento de Morse y, a través de un aparato de hilos parecido al telégrafo, logró enviar mensajes con la voz humana. Esto dio origen a la creación del teléfono, amigo fiel e inseparable de la radio desde sus inicios. En 1877, Thomas Alba Edison creó el fonógrafo, años después de su invención se convirtió en el gramófono, hoy más conocido como tocadiscos.

Diez años después, Heinrich R. Hertz, luego de estudiar y reformular las ecuaciones de Maxwell, comprobó que las ondas electromagnéticas viajaban a través del aire y el vacío. Sobre este mismo tema, George F. Fitzgerald explicó a la población de la época cómo se pueden producir ondas electromagnéticas en el espacio.

En 1890 Guillermo Marconi inventó el telégrafo sin hilos, sistema que se conoció como radiotelegrafía. Luego se introdujo la voz humana y a esto se le conoció como radiotelefonía. Estos fueron los antecedentes de la invención de la radio.

Alexandr Stepánovich Popov, en 1895, inventó el primer radio receptor y, por ende, las antenas radioeléctricas que hacen posible captar sus ondas. En 1900 Reginald A. Fessenden realizó la primera transmisión de la voz humana a través de la radio. Seis años después propuso la creación del sistema de frecuencia modulada, sin embargo su surgimiento sólo se daría treinta años más tarde.

En 1906, Lee de Forest inventó el tubo al vacío, el tríodo, cuya función es convertir la electricidad en sonido. En 1910, la aeronáutica hace uso de la radiotelegrafía y la incorpora a su servicio.

En 1916, David Sarnoff y Frank Conrad dejan atrás el exclusivo uso militar de la radio y la hicieron accesible para la población civil, aprovechando que existía un público interesado en saber más de sus propias condiciones sociales y culturales.

Históricamente se encontrará que las primeras señales de radio, como las concebimos hoy en día, tienen lugar a partir del año 1912, hasta ese entonces era de uso exclusivo de los servicios militares y marítimos.

Las deficiencias de las comunicaciones de la época quedaron en evidencia a raíz del hundimiento del Titanic, el 12 de abril de 1912, pues éste trató de comunicarse con tierra



o alguna embarcación cercana por más de tres días, sin lograr respuesta. Una vez ocurrida la tragedia, se crearon reglas para la emisión radiofónica en cada país, con el fin de lograr un sistema de comunicaciones más eficiente.

Sólo hasta 1920 en Pittsburg, Estados Unidos, surgió la primera emisora, la KDKA. A partir de este momento se asignaron frecuencias exclusivas a estaciones de radio en Estados Unidos. Este proceso da origen al surgimiento de distintas estaciones y aparecen las primeras cadenas. Los gobiernos eran quienes más utilizaban la radio dado el poder y el alcance masivo de ésta.

Debido a su auge y aceptación, en 1922, nace la radio comercial. En octubre de ese mismo año, Argentina inaugura la primera emisora de Suramérica: Emisora LOZ.

Para 1930, tanto en América como en Europa se crean muchas emisoras que le muestran al mundo que la radio es un medio independiente y productivo. Pocos años después surgen los *disc-jockeys* y los *jingles*.

Entre las décadas de los treinta y los cincuenta, la radio se amoldó a los acontecimientos políticos del mundo –la Segunda Guerra Mundial–, por lo cual se da una fuerte concentración en el género noticioso local y mundial.

En 1948, con el surgimiento de la televisión, muchos pensaron que la radio se acabaría, pero por el contrario fue su mejor época porque, debido a esa confrontación con el nuevo invento, la radio descubrió que su verdadero lenguaje era la actualidad y la inmediatez.

Lo anterior quedó ratificado plenamente y encontró su verdadera dimensión en 1960, con el surgimiento del transistor. En este momento el medio se hace mucho más accesible a la gente y se convierte en el sistema de comunicación más versátil.

A grandes rasgos, esta es la historia de la radio en el mundo, un sistema de comunicación que tiene tres funciones básicas: informar, entretener y educar. Un medio que ha acompañado y acompañará por muchos años a grandes y a chicos en los diversos rincones de la geografía mundial.

EN COLOMBIA

La radiodifusión llegó a Colombia por la introducción en nuestro país de receptores y transmisores de baja potencia, por parte de los radioaficionados, hacia el año de 1923.



Este paso estaba apoyado en el desarrollo de una infraestructura de comunicación inalámbrica que, desde 1915, se expandía en Colombia, gracias a los servicios de radiotelegrafía de la empresa Marconi Wireless Co., empresa a la que el Gobierno otorgó la concesión de explotación absoluta durante veinte años.

El auge, expectativa y curiosidad que generó el nuevo invento en la gente llevó al Gobierno a percatarse de la necesidad inminente de tener una voz oficial, y qué mejor que a través del montaje de una radiodifusora. Fue por esto que el Gobierno colombiano emprendió la marcha y, en 1924, solicitó los primeros equipos de onda larga de un kilovatio de potencia.

La adquisición de estos equipos tardó cinco años después, es decir, en 1929 nació oficialmente la radiodifusión en Colombia. En 1928 se realizaron las primeras transmisiones experimentales. El 7 de agosto de 1929, el presidente Miguel Abadía Méndez inauguró oficialmente la HJN, primera radiodifusora del país, la emisora estaba ubicada en la Biblioteca Nacional, y por esto se le conoció también como Radio Biblioteca. Durante el gobierno de Eduardo Santos, la HJN fue reorganizada, se dotó de nuevos equipos para la transmisión en onda corta y larga y se le asignó el nombre oficial con el que todos la conocemos hoy: Radiodifusora Nacional de Colombia.

Para hablar de la primera emisora privada en el país, debemos remontarnos a diciembre de 1929, en Barranquilla. Esa estación contaba con un pequeño transmisor de quince vatios de potencia, y se identificaba con la sigla HKD, años más adelante se conoció como La Voz de Barranquilla.

Hasta este punto, ninguna de las emisoras tenía un carácter comercial, su único fin era el servicio público. La primera estación de éste género surgió en 1930, bajo la sigla HKF, conocida como Colombian Radio and Electric Corporation. Varios siguieron el ejemplo, y fue así como surgieron cinco emisoras más.

El inicio de la labor comercial de la radiodifusión era exclusivamente experimental, sólo hasta 1931 el Gobierno Nacional expidió una reglamentación oficial, que inició esta nueva etapa de la radio en nuestro país. Es así como incursionan al panorama radial emisoras como La Voz de Bogotá, hoy perteneciente a la Cadena Todelar de Colombia en el dial 930 AM; La Voz de Antioquia, en la actualidad de la Cadena Caracol en el dial 830 AM;



Radio Santa Fe, emisora independiente aún vigente; Nueva Granada, semilla de RCN y La Voz de la Víctor.

En esta época de la historia, se vivió la misma situación por la que atraviesan hoy en día muchos de los profesionales en este sector de la comunicación, los dueños eran los "hombres orquesta": se encargaban de la dirección, las ventas, las relaciones públicas, eran los operadores técnicos y les quedaba tiempo para ejercer como locutores.

La radio no era reconocida en el medio como una alternativa empresarial y profesional rentable, como lo es hoy en día, era tomada como un pasatiempo. Por esta razón, sólo se encendían los transmisores en la noche. Además, a principios del siglo XX, en Bogotá sólo existían doscientos cincuenta receptores, que tenían un tamaño poco portátil; estos se ubicaban en la sala de los diversos hogares capitalinos, para que las reuniones familiares nocturnas se llevaran a cabo en torno a este aparato.

En este momento comercial de la radio, al igual que sucedía en otros países, los clientes pagaban con la ley del canje. Los productos acumulados se vendían entre los trabajadores de la emisora y, posteriormente, se dejaron en la estación en calidad premios para los oyentes de los programas concurso. Lo anterior obligó a que los dueños de las emisoras estudiaran otro tipo de alternativa para financiarse, y surgió el cobro por la transmisión de los anuncios comerciales en las estaciones de radio.

Al principio, esta práctica dependía de los criterios personales de los realizadores, y carecía de técnica radial –perfecta combinación de voz, música y efectos en pro de un objetivo comunicativo–. Su distribución y extensión en la programación habitual dependía de la importancia financiera del cliente. El artículo más promocionado de la época eran los radiorreceptores, cuyo precio oscilaban entre los ochenta y cien pesos.

Cuando se incrementó la oferta radial de los colombianos, los precios de las cuñas bajaron de manera considerable, lo que trajo como consecuencia la necesidad de buscar más clientes para obtener el punto de equilibrio. A raíz de este fenómeno, poco a poco, las emisiones se saturaron de promociones comerciales, que acapararon el 50 por ciento del tiempo de emisión. Hasta este momento, la programación con que se nutrían las emisoras era eminentemente noticiosa, competía directamente con la prensa que era el medio de comunicación más fuerte.



Dicha competencia entre los dos medios, la radio –que buscaba posicionarse entre los gustos de la gente–, y la prensa –que trataba de sobrevivir ante la entrada de un nuevo invento y buscaba conservar la preferencia del público–, surge una pugna interesante que obliga al gobierno de turno a expedir el decreto 627 de 1934, a través del cual se le prohíbe a las emisoras leer la información publicada en los periódicos, hasta tanto no hayan transcurrido doce horas después de su aparición. La expedición del decreto fue producto de la presión ejercida por el reconocido diario El Tiempo. Este hecho es similar al que se presentó en Estados Unidos, un año antes.

Pero como no hay enemigo pequeño, la solución más salomónica y fácil fue combinar esfuerzos y ceder espacios a la radio. Su incorporación e inserción en la sociedad, a escala industrial, era algo que nadie podría parar. La situación llevó a muchos dueños de periódicos a comprar emisoras y formar cadenas de radio.

Hasta este año, 1934, Colombia se dedicó a experimentar técnicamente con el nuevo medio y ya se empezaba a ver, con el fuerte apoyo e interés del Gobierno, el establecimiento de una radio comercial, que se basaba mucho en el prototipo norteamericano y dejaba de lado la filosofía europea que buscaba la difusión sin ningún tipo de fin lucrativo.

Fue una etapa para definir un primer tipo de programación, que imitaba los estilos, enfoques y lenguaje de la prensa. Luego, los diversos aspectos comerciales de la radio y el funcionamiento se fortalecen y posicionan, y el desarrollo de este medio se une por completo al contexto histórico, político y económico colombiano.

Entre 1935 y 1940 la radio en nuestro país deja de ser una radio de difusión eminentemente local para iniciar su lanzamiento a escala nacional, gran soporte de ello fue la consolidación comercial del medio que trajo consigo la participación de la industria nacional en el campo radial originando un crecimiento económico y por ende el origen de una propia infraestructura. Al crecer el negocio de la radiodifusión obligó a cambiar el sistema de funcionamiento mencionado anteriormente, el hombre orquesta, por el utilizado comúnmente en las diversas organizaciones, el organigrama empresarial. Es en este momento de la historia cuando se comienza a hablar en la radio de una parte administrativa y otra operativa que es la que se encarga de la producción; para poder cumplir con

los diversos compromisos se abre espacio para la vinculación de guionistas, operadores, técnicos, locutores, periodistas y productores.

La expansión y aceptación del medio exigieron el inicio de la programación en vivo y, por supuesto, el aumento de las horas de emisión. Como la intención era posicionar el medio, lo mejor era llevarlo al pueblo. Basados en lo que sucedía en la radio norteamericana, aparecen los programas de humor, los musicales –con los bailes populares– y se empiezan a transmitir eventos especiales.

Hasta ahora no se ha hablado del deporte, porque el género tuvo breves apariciones con partidos de fútbol y carreras de caballos; sólo se consolidó con la llegada de los equipos de FM y VHF con los cuales, incluso en la actualidad, se puede montar la tan mencionada, pero poco conocida, red de enlaces. Esto sucedió al final de los años cuarenta y comienzo de los cincuenta.

Antes de continuar, debemos retroceder un poco y ubicarnos en 1935, cuando surge el radio periodismo o la información noticiosa. Ese año, en Medellín, murió el cantante argentino Carlos Gardel, figura internacional del tango, en un accidente aéreo. Ese hecho, de gran trascendencia nacional e internacional, fue cubierto para todo el país desde el aeropuerto de la capital antioqueña aprovechando las ventajas del teléfono, que permitía, –y aún permite– realizar con éxito una conexión con los estudios centrales.

De la mano de este hecho, pocos meses después, se celebró en Cali el Congreso Eucarístico, evento transmitido a todo el país, según las experiencias adquiridas. Con estos dos acontecimientos se estableció el esquema de enviar a los periodistas al lugar de los hechos, para que los comunicaran ellos mismos a través de la conexión telefónica.

De nuevo, el furor de la radio llevó al Gobierno a buscar el modo de controlar y legislar este medio de comunicación, que continuaba extendiendo sus bases sólidas en nuestro país. Fue así como expidió la Ley 198 de 1936, que estableció la primera definición de lo que eran las telecomunicaciones: “toda la transmisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes y sonidos de toda naturaleza, por hilos conductores, radio y otros sistemas o procedimientos de señales eléctricas o visuales”.

La radio continuaba apoyándose en los acontecimientos del país. Se presentaban fuertes enfrentamientos entre liberales y conservadores, y dichas diferencias fueron lleva-



das a las ondas hercianas, que aumentó el fuerte clima de tensión y llevó al gobierno de turno a expedir el decreto 1760 de 1936. Con este, se prohibió la transmisión de noticias políticas. Dicho suceso puede ser tomado como el primer control del Estado sobre los contenidos de los programas radiales y la prensa, pues multó a quienes incumplieron lo dictaminado en el decreto.

A partir de este momento, la radio comenzó a ser parte fundamental del acontecer nacional, estaba vinculada en todos los sucesos. El único inconveniente fue tener que estar atada a los diversos intereses de las clases y los grupos económicos, sin poder convertirse libremente en la voz del pueblo, que promulgaba sus derechos mientras que los hacía tomar conciencia de ellos y los educaba.

Durante la Segunda Guerra Mundial, Alemania demostró y aprovechó el gran poder que tiene la radio. Explotó sus capacidades para enviar las diversas campañas de contienda, y éstas encontraron respuesta inmediata de los países aliados.

La experiencia que vivió el mundo a finales de los años treinta y comienzos de los cuarenta, tuvo repercusión en nuestro país el 9 de abril de 1948, con el asesinato del caudillo liberal Jorge Eliécer Gaitán. Pasamos de ser simples espectadores a protagonistas del caos. En este tiempo de crisis, la industria nacional se vio abocada a aumentar su producción para superar la insuficiencia de productos de consumo básico, y se apoyó en la radio para crear conciencia y necesidad en el pueblo, con el objetivo de incitar al consumo de dichos bienes.

Para evitar que el pueblo se centrara en el conflicto, la radio se vio obligada a cambiar los géneros y a pensar sobre los contenidos que emitía. En consecuencia surgen el show musical en los barrios y en los teatros, el programa concurso, la radionovela y el radioteatro. Los noticieros son reorientados, con el fin de pasar la información estrictamente necesaria.

Pero, ¿cuándo surgen las cadenas radiales de nuestro país? Pues bien, en 1945 llegó a Colombia el primer equipo FM, y con éste nacen Caracol, RCN y Todelar. Unos años más tarde nacieron las emisoras culturales de instituciones educativas nacionales.

El surgimiento de las dos cadenas radiales más grandes de nuestro país se produjo gracias a la industria, que vio un gran negocio en la radio, decidió vincularse y participar



de forma activa. Caracol surgió como extensión del periódico El Liberal, que tenía interés franco sobre la opinión pública. RCN aparece gracias al esfuerzo de varios industriales con la idea de competir en el campo radial. Todelar logra enfatizar la lucha por la sintonía y el dominio del espectro.

Ya estaba dado todo para que el Estado adecuara el control legislativo de este medio de comunicación, así que expidió los decretos 3518 de 1949, el 2167 de 1953 y el 3418 de 1954, el más importante de todos, con el cual se sentó la base de la actual legislación radial y quedó expresado con claridad el dominio del Estado sobre la radiodifusión.

Todos los canales radioeléctricos de los que hace uso Colombia o que puede utilizar en el ramo de las telecomunicaciones, son propiedad exclusiva del Estado. Esto mismo está expresado en el artículo 75 de la Constitución Nacional de 1991. Por a lo anterior, el Gobierno ejercía censura a los espacios informativos, pues permitía su emisión, pero prohibía cualquier tipo de comentario.

No obstante, el panorama no podía ser mejor para la radio en este momento. Su auge y actitud comercial eran sorprendentes, por eso muchos querían incursionar en el medio, a lo cual el Gobierno respondía con beneplácito y concedía las licencias fácilmente. Todo funcionaba a las mil maravillas, hasta que el 13 de junio de 1954, para conmemorar el primer año de su dictadura, el General Gustavo Rojas Pinilla trajo la televisión a nuestro país. Fue un choque que nos lleva a revivir los enfrentamientos entre la radio y la prensa, porque el uno no admitía el surgimiento del otro.

Tras la dictadura, Colombia sufre la transición del poder entre liberales y conservadores, conocida como el Frente Nacional. Bajo este panorama, las cadenas radiales crecen de manera considerable, y su programación es diseñada para satisfacer a las masas, sin profundizar mucho en los temas de interés común.

Es la etapa de la historia en la que surge el radio transistor, que el oyente puede llevar a todas partes. Así llegaron a la cúspide géneros como los musicales, deportivos, humorísticos y las radionovelas. La televisión también luchó por su consolidación, e imitó el montaje publicitario de la radio.

Tanto la radio como la televisión crecieron juntos, y no se preocuparon por determinar qué le correspondía a cada uno. Pero en 1980, llegó el momento de definir qué es de



cada cual, y la radio decide que la radionovela, el humor y el género infantil deben ser desarrolladas por la televisión, así se despreocupa de ellos.

Para analizar la última etapa de la evolución de este medio, debemos remitirnos a la Constitución de 1991; a las transformaciones tecnológicas mundiales, que están modificando las condiciones para hacer radio; a la internacionalización del medio –la ruptura de fronteras por la tecnología–; la unión entre la industria y la radio, que permitió el surgimiento y consolidación de los grandes medios de nuestro país; el nacimiento de emisoras –privadas y comunitarias– que llenan los diales; y, finalmente, la colonización del FM por los géneros musicales e informativos.

Es decir, en este instante estamos invitados a ver el desarrollo de la radio comunitaria, ubicada en ámbitos rurales y urbanos de nuestro país; los grandes avances tecnológicos, que apoyan el surgimiento de nuevos sistemas de difusión –radio por Internet, radio satelital, radio por celular–; la transnacionalización de la radio, que permite la globalización del medio; y la fusión de la radio con otros medios.

La importancia del medio radial en el desarrollo del país y los campos en los que se ha destacado a lo largo de su progreso e historia, obliga a crear diversas concepciones sonoras para la explotación de los géneros y formatos radiales.



EXPERIENCIAS DE RADIO EN COLOMBIA

Hablar de experiencias radiales en Colombia implicaría hacer un libro exclusivo sobre ello. En nuestro país contamos con emisoras independientes como Radio Santa Fe, que ya goza de setenta años de existencia, y Caracol y RCN, que van por los sesenta. Por eso en este apartado se resaltarán algunas experiencias de emisoras no comerciales que, por no pertenecer a grandes conglomerados, tienen poca difusión.

LA RADIO COMUNITARIA

Para desarrollar la introducción de este apartado, se tendrá nuevamente en cuenta *Manos a la Radio*, escrito por Diego Fernando Valencia Delgado, Ingrid Paola Ovalle Leal y Andrés Barrios Rubio.

Libertad, autonomía, participación, cultura, aprendizaje, valores, ayuda y un sin fin de palabras componen la radio comunitaria; la misma calificada en otros países como rural, participativa, educativa, cooperativa o popular.

Son diversos los apelativos que puede tener este género radial, que con mucho éxito interviene en el desarrollo de las comunidades mundiales, porque este modelo juega un papel muy importante, y así mismo ha trascendido las fronteras, pues sus señales pueden alcanzar hasta un radio de un kilómetro, claro está, de acuerdo a las políticas de cada Estado.

Nos brinda una herramienta para reconocernos, para emprender una misión de valoración y capacitación enfocada a un pueblo que necesita construir el futuro con sus propias manos. Se debe lograr que los intereses económicos, sociales, políticos y culturales



hagan parte de nuestra vida, sin tener la necesidad de involucrarnos con el consumismo y mercantilismo, que en muchas ocasiones relega y excluye, a grupos que en ningún momento de la historia han sido minoría. Sin embargo, estas emisoras no están tan alejadas del dinero como parece, porque existen diferentes modalidades de manutención. Algunas son sin ánimo de lucro, otras pertenecen a estudiantes, universidades, municipalidades, iglesias o sindicatos. Otras estaciones de radio se financian con donaciones provenientes de su audiencia, gracias a organismos de desarrollo internacional, por medio de la publicidad y por apoyo de los gobiernos.

En Colombia, la radio es un medio masivo de comunicación al cual tiene acceso un gran porcentaje de la población, sin importar su clase social; además, goza de una trascendencia significativa en la toma de decisiones de la opinión pública. Por dichos motivos el proceso de socialización, con el uso de la radio comunitaria es muy efectivo, al acoger este término con un sentido amplio de la transmisión o intercambio de normas, valores, roles y comportamientos entre y por grupos.

La programación o el esquema de las emisoras comunitarias tienen un fin social, en el que se otorga valor, sentido e incentivos para que la acción individual conduzca al encuentro de la meta general.

De este modo, las emisoras comunitarias abren la posibilidad de ver de cerca las problemáticas que afectan a la comunidad. Se da paso a una nueva opción, libre de prejuicios, y se ofrece la oportunidad de crear una realidad diferente en la que los niños, jóvenes, adultos y ancianos pueden expresar y diseñar su futuro. En la radio comunitaria hay espacio para ideas diferentes, para visiones opuestas, con el fin de encontrar puntos de convergencia que creen la consciencia sobre la búsqueda de un bien común.

Este tipo de radio incorpora nuevos lenguajes, formatos, música, voces y sonidos. Se exploran diferentes maneras de expresión, otro trato con los oyentes, diversas formas de preguntar y de responder, de exhortar a las autoridades y de llamar la atención de otro modo, sin violencia, por supuesto.

Existen también algunas prioridades que nos orientan a definir una emisora como comunitaria: el énfasis en aspectos como la defensa de los Derechos Humanos, el respeto a la identidad étnica, la preservación del medio ambiente, el protagonismo de los jóvenes,

la protección de la niñez y la tercera edad, la educación y la salud; la denuncia de la corrupción, así como la integración regional.

Tener un papel sustancial o tratar temas de suma importancia no implica que se debe excluir la diversión, la creatividad juega un papel primordial en este aspecto. Además, si este medio es para la sociedad, ésta crea pautas de cordialidad para agradarse a sí misma, y así hará placentero el servicio y el crecimiento.

Esta radio replantea el modelo de conducta y el afianzamiento de valores, de moral, y de costumbres. Acude al apego sincero a nuestras raíces, amplía del gusto por el folclore colombiano; además, lo promueve y le da el poder de entrar en la nueva cultura de la globalización, en la que el idioma, la idiosincrasia, la cultura y todos los aspectos relevantes en una comunidad son respetados, sin ningún tipo de discriminación. El derecho a ser y pensar diferente, a tener gustos y aspiraciones distintas, se convierte en un imperativo de la democracia.

Para finalizar, las características por las cuales podemos catalogar a una emisora como comunitaria son muy sencillas. Debe estar claro que el objetivo de la radio comunitaria no es hacer algo por la comunidad, es dar una oportunidad a la comunidad para que haga algo por ella misma, como poseer el control de su propio medio de comunicación, promover la participación, estimular y construir la sociedad, informar con rapidez y responsabilidad, recibir ideas, respetar opiniones, discutir y plantear soluciones. Nada es impuesto y por eso han aumentando las frecuencias dedicadas a esta causa común.

Experiencia de radio comunitaria en Colombia

En 1999, cuando me encontraba estudiando sexto semestre de Comunicación Social en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, el profesor William Ricardo Zambrano Ayala me propuso trabajar en la emisora comunitaria de Facatativá (Unilatina 94.4 FM), que estaba en proceso de montaje, como director de deportes. Meses después, tuve la oportunidad de asumir la dirección general de la emisora.

En las experiencias de radio comunitaria se da un proceso muy importante, sin el cual la puesta en escena de las ondas en comunidad no sería exitosa, esta fase es la de



experimentación. Por este motivo se expondrá una experiencia y los diversos ejemplos a seguir, así como prácticas no recomendables.

Antes de abordar esta experiencia, vale la pena recordar que en los medios alternativos y de las nuevas apuestas de comunicación social, las emisoras que cuentan con la participación de instituciones educativas se han convertido en una pieza fundamental para plantear apuestas de comunicación comunitaria. Es tal su importancia e interactividad que algunos entes del Estado, como el “Proyecto Enlace” del Ministerio de Comunicaciones y el “Proyecto de Comunicación Para la Infancia” del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, han puesto sus ojos en este fenómeno radial que tomó fuerza desde los primeros años de la década de los noventa.

Radio Unilatina 94.4 FM

Al final de la década de los noventa, el Ministerio de Comunicaciones de Colombia abrió la licitación pública de emisoras comunitarias, con el fin de llevar este medio de comunicación a poblaciones apartadas de nuestro país, y así esas regiones contarán con un medio para expresar sus pensamientos y difundir la cultura propia del sector, sin presencia de los grandes.

La Fundación Unilatina participó en dicho proceso teniendo en cuenta que la sede en Facatativá cuenta con toda la infraestructura para prestar su servicio, y la experiencia en educación superior de su equipo, que cursaron el programa tecnológico en Producción de Radio y Televisión.

El Ministerio llevó a cabo los estudios estipulados por la ley, estableció que la Fundación Unilatina cumplía con todos los requisitos y le concedió la licencia para el montaje y funcionamiento de la emisora comunitaria de Facatativá, en el dial 94.4 FM.

Con el auto a su favor, la Fundación Unilatina determinó que la emisora se llamará Radio Unilatina, y que será un espacio para los jóvenes de la región, con el apoyo de profesionales en comunicación y la participación de los estudiantes del programa de tecnología en Radio y Televisión, que la Fundación ofrece. Dado lo anterior, su eslogan es “la onda joven de la radio”.

Así se inició el proyecto de montaje y, en abril de 1999, salió al aire Radio Unilatina 94.4 FM. La experiencia arrojó los resultados esperados, pues los estudiantes incluyeron canciones de su gusto en la programación, y el personal de planta se encargó de estructurar espacios de participación y educación para los habitantes de la región. La emisora se convirtió en un punto de experimentación, y abrió un espacio complementario a la labor educativa en las siguientes áreas:

► **Expresión oral y léxico**

La constante lectura de textos y explicaciones, la improvisación y la interacción con otros sujetos al aire hacen, sin duda, que la experiencia ayude a incrementar la fluidez en la expresión oral y enriquece el léxico.

► **Procesos de investigación**

Los estudiantes y los habitantes de la región diseñan los programas, basados en sus problemas o expectativas, esto demanda una investigación de los mismos, pues en su afán de argumentar sus puntos de vista se ven abocados a ir más allá.

► **Interés por la cultura**

Al encontrar un espacio de libre expresión, los participantes del proyecto exploran nuevos ámbitos, pues a través de sus compañeros conocen experiencias culturales, musicales, generacionales, que desconocían y que ahora los enriquecen.

► **Respeto por las diferencias**

Estar en contacto con música, opiniones y preocupaciones diferentes a las propias fomenta el respeto por lo diferente. El pequeño espectro que cubre la radio comunitaria es ideal para tocar todos los componentes del universo que conforma la comunidad.

En la actualidad, Radio Unilatina transmite desde las cinco de la mañana hasta las once de la noche, tiene un estudio de grabación, sus equipos son competitivos y su pro-



gramación es un experimento de convivencia ya que todos los sectores del pueblo están representados.

La experiencia muestra que, con la búsqueda de procesos de comunicación y democratización, la radio comunitaria se puede convertir en un espacio perfecto para:

► **Fomentar el trabajo en equipo**

Que una comunidad concilie, trabaje unida hacia un mismo objetivo, deje de lado viejas disputas políticas o de poder, y así produzca crecimiento de las sociedades. El medio permite que experimenten cambios positivos, además, dejan de lado procesos de segregación o alejamiento de algunos componentes de la sociedad, como la niñez o la tercera edad.

► **Fortalecer la vida social**

Acercar a los diversos grupos de la comunidad, escuchar diferentes opiniones y dar paso a las mismas fomenta el crecimiento de la participación y la conciliación de una comunidad.

► **Promover la convivencia y la participación**

Involucrar todos los componentes y substratos de una comunidad hace que ésta se articule para mejorar su entorno. Tal vez esta fue la causa para que Radio Unilatina saliera adelante, pues desde el principio se pensó en un proceso que naciera desde la comunidad, para que trabajara por y para la misma.

Gracias a esta experiencia, se pueden agregar otros procesos sociales y educativos que genera la radio comunitaria:

► **Allana el camino para el conocimiento de la condición humana**

La radio comunitaria como experiencia humana, y ante todo social, hace posible que las personas interactúen, y transforma este ejercicio en una herramienta para fomentar el diálogo. También permite que las personas experimenten sensaciones



diferentes o que, simplemente, aprendan que existen otras personas con mayor sensibilidad. Les da espacio a los participantes para que aprendan que, a veces, los aciertos y fracasos sólo son parte de un proceso largo y complejo, y que por ello jamás se debe pensar que se tiene la verdad absoluta o que todo el trabajo está mal.

► **Promueve el proceso de creación**

Desde la experiencia se apreció que ampliar el espacio de trabajo –prepararse para un público más amplio y diverso– obliga a que los participantes de la radio comunitaria estén más conscientes de la necesidad de llevar al aire programas radiales que involucren a las nuevas audiencias de manera exitosa. Lo anterior hace que el proceso creativo sea constante y exigente.

► **Provee herramientas para conocer y aprender más sobre el medio radial**

El intercambio de experiencias con las personas involucradas en la radio comunitaria promueve el aprendizaje a partir de los errores y aciertos de otros. Pero no sólo es en experiencias, en el orden técnico, conocer a otros realizadores puede brindar herramientas, hasta ahora desconocidas, para profundizar y mejorar el proceso de producción radial y la puesta en escena de la misma.

Para la construcción de la radio comunitaria, cualquiera que sea su magnitud –radio escolar, radio comunitaria, redes de asociación–, jamás se debe olvidar los siguientes aspectos:

► **Propuesta de radio comunitaria**

Es una propuesta que involucra a toda la comunidad y no sólo a algunos sectores con intereses particulares.

► **Reglas y bases claras para el funcionamiento de la emisora**

Es de vital importancia escribir un documento que contenga esta información, para evitar futuros malentendidos, como quién dirige la emisora o los compromisos y responsabilidades de cada sector.





ANDRÉS BARRIOS RUBIO

Comunicador social y periodista, especialista en Edición Digital y Multimedia, egresado de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, candidato a MBA en Dirección de Proyectos de la Universidad de Viña del

Mar, Chile. Miembro de la Asociación Colombiana de Redactores y Periodistas Deportivos, ACORD. Es un profesional competente en distintos campos de la comunicación radial, televisiva y escrita, de acuerdo a la responsabilidad social de los medios masivos. Capacitado para comprender los nuevos medios como una herramienta que comunica proyectos cuyos contenidos son responsables, dinámicos y creativos, encaminados a mejorar el entendimiento de los problemas de la comunidad, a través de la investigación, el análisis y la síntesis de los fenómenos comunicativos, y así generar propuestas que contribuyan al desarrollo de nuestra sociedad.

Se ha desempeñado como docente del programa de Comunicación Social - Periodismo de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano desde el año 2003, como coordinador del programa de Tecnología en Producción Radial. Director de la emisora virtual *Óyeme UJTL*, representante de los docentes ante el comité académico de la Universidad en cinco períodos e investigador principal del proyecto "Usos y consumos de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)" –fase I y II– y *Óyeme UJTL*, propuesta de una emisora universitaria en Internet que desarrolla un espacio de opinión y participación para sus estudiantes.

En diferentes medios de comunicación se ha desempeñado como director, periodista, narrador, voz comercial, comentarista en transmisiones de fútbol y diversos programas radiales y de televisión: Colmundo Radio (Bogotá), Radio Santa Fe (Bogotá), Caracol Radio (Ibagué), Canal 4 Ibagué tv (Ibagué), Capital Radio (Bogotá), Voz de Bogotá-Todelar (Bogotá), Radio Unilatina (Facatativá).



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ
JORGE TADEO LOZANO

www.utadeo.edu.co