

Noventa años de la radio colombiana: nuevas narrativas, lenguaje y participación

JUAN CARLOS PÉREZ BERNAL¹
Y WILLIAM RICARDO ZAMBRANO AYALA²

Resumen

Los medios de comunicación se están transformando debido a las consecuencias de la llamada revolución digital. Uno de ellos es la radio, la cual ha sido impactada por la nueva acción comunicativa e informativa, las narrativas, los lenguajes y los formatos, la producción y la distribución de contenidos y las diferentes rutinas de la profesión del comunicador y periodista. Es decir, se está frente a la evolución del ecosistema comunicativo, lo cual exige comprender qué está ocurriendo en la comunicación y el periodismo radiales.

1 Ph. D. en Comunicación, Universidad Nacional de la Plata. Universidad Sergio Arboleda. Contacto: juan.perezc@usa.edu.co

2 Ph. D. en Sociedad de la Información y el Conocimiento, Universidad Pontificia de Salamanca. Contacto: william.zambrano@usa.edu.co



En tal sentido, se traza el objetivo de caracterizar la transformación de la radio colombiana en sus 90 años de historia, desde la acción comunicativa e informativa, y desde las narrativas, los lenguajes y los formatos, en el marco de su evolución de lo analógico a lo digital. Para ello, se emplea una metodología mixta teórica y aplicada, de enfoque cualitativo, mediante la recolección de información, la observación participante, la revisión bibliográfica y entrevistas.

Los hallazgos del presente trabajo identifican otras formas de comunicación radial basadas en procesos de interactividad, relaciones entre los usuarios, mediaciones técnico-comunicativas, nuevas formas de participación ciudadana y de comunicación comunitaria y la adaptación de modelos narrativos y expresivos con expansión de navegación e hipertextualidad.

Se concluye que estas innovaciones tecnológicas y de contenidos exigen nuevas competencias por parte de los comunicadores y los periodistas para afrontar el nuevo ecosistema comunicativo digital de la radio colombiana.

Palabras clave: contenidos, formatos, narrativas, producción, radio.

Introducción

Se cumplen, en el mundo entero, más de 100 años de la radio, un medio que gestiona audiencias millonarias e influye en las sociedades de todo el planeta. La radio ha transmitido sus contenidos a través de ondas hertzianas, primero, por onda corta; más tarde, por onda media, y des-

de 1961, en frecuencia modulada (FM) (Gabilondo, 2019). La irrupción de internet y el proceso de digitalización a escala global han multiplicado los sistemas de distribución y los soportes de consumo, hasta obligar al medio sonoro a redefinir sus modelos y sus lógicas de funcionamiento.

Hoy recordamos transmisiones producidas desde las cabinas de radio de aquel entonces, y que permitieron informar a todo el territorio nacional; uno de esos grandes momentos o antecedentes para la evolución de la radio. En 1947 se creó Radio Sutatenza, gracias al sacerdote José Joaquín Salcedo, quien, al lado de un gran equipo, innovó un método educativo para cubrir a una amplia población rural. para que a través de la radio se mejorara su calidad de vida.

Y es que la difusión sonora siempre ha estado presente en los grandes acontecimientos del país. Por ejemplo, el 9 de abril de 1948 cubrió el asesinato de Jorge Eliecer Gaitán, lo que desencadenó el llamado Bogotazo; entonces se narró lo sucedido, incluidos los desastres, los incendios, las muertes, el despliegue militar, las reacciones de políticos y otras personalidades de la época, etc.

Otros hechos también han sido transmitidos por la radio; entre ellos, la primera Vuelta a Colombia en Bicicleta; la visita a Bogotá, en 1962, de John F. Kennedy, presidente de Estados Unidos, y el cubrimiento del Campeonato Mundial de Fútbol de 1962, en Arica, Chile. El país también ha podido asistir a momentos estelares en las transmisiones radiales, con ocasión, por ejemplo, del arribo a la capital del papa Pablo VI; la llegada del hombre a la Luna; los Juegos Panamericanos de Cali; la toma de la

Embajada de la República Dominicana por el M-19; el incendio del edificio Avianca, y el desastre de Armero.

A través de más de 90 años de existencia, el consumo de la radio se ha centrado en sectores populares para ciertas franjas, con énfasis en información general, deportiva y de entretenimiento, y en la participación ciudadana, gracias a sus narrativas, sus lenguajes, sus formatos, su evolución tecnológica y sus competencias profesionales.

Tanto los contenidos que han acompañado estos procesos como la forma de contar las historias han evolucionado para adaptarse a su entorno. Si nos atenemos a los formatos y los géneros más usados por la radio comercial, las transmisiones prolongadas con un inicio, un nudo y un desenlace han sido interesantes y emocionantes. Hoy la radio se enfrenta a la condicionalidad del tiempo, que es cada vez más restringido. Por ello, este medio tiene la necesidad de captar más audiencia a través de contenidos más breves e impactantes.

Estos contenidos también han sido impactados por la evolución periodística de la radio en sus más de nueve décadas de funcionamiento. La entrevista, la crónica, el reportaje, el perfil, el magazín y el comentario han hecho su labor conforme a los gustos de las audiencias que día a día devienen en realizadoras de contenidos; en especial, gracias a las facilidades que ofrecen los archivos sonoros conocidos como *podcast*. De esa manera, Las franjas temáticas se han modificado buscando construir espacios para jóvenes y adultos con diferentes gustos.

En consecuencia, la radio colombiana ha tenido que adaptarse a estos cambios, a la evolución de su ecosistema comunicativo y al desarrollo

de habilidades y cualidades de sus comunicadores y sus periodistas. Como ya señalamos, a eso se suman las nuevas plataformas, los nuevos tonos y los nuevos estilos para presentar sus contenidos de forma creativa a las audiencias segmentadas.

Ante este panorama, se formula la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál ha sido la transformación de la radio colombiana en sus 90 años, con énfasis en su participación ciudadana y su periodismo deportivo, en cuanto a sus narrativas, sus lenguajes, sus formatos, su evolución tecnológica y sus competencias profesionales?

En tal sentido, la presente investigación se centra en el siguiente objetivo general: caracterizar la transformación de la radio colombiana en sus 90 años, desde la acción comunicativa e informativa, las narrativas, los lenguajes y los formatos, su evolución tecnológica y sus competencias profesionales.

Para ello, se plantearon tres objetivos específicos: 1) establecer los principales aspectos que han intervenido en la evolución de la acción comunicativa e informativa: narrativas, lenguajes, formatos y rutinas, desde las perspectivas de construcción de ciudadanías y periodismo deportivo; 2) identificar los retos y las oportunidades de la radio para el ejercicio de las ciudadanías y del periodismo deportivo, en el marco del ecosistema comunicativo, y 3) proponer competencias para el ejercicio profesional, de cara a enfrentar los principales cambios de la radio colombiana en el contexto digital.

Fundamentación conceptual

La época de solo informar ha pasado. La unilateralidad emisor-receptor quedó atrás. Ahora la comunicación fluye en ambas direcciones (emisor-receptor, receptor-emisor). El público ha pasado a apropiarse de la elaboración de contenidos, y ahora contrasta y produce información (Acinas, 2013).

Se debe entender que los estudios sobre la radio van más allá de asumirla como medio masivo de comunicación, para asociarla a un campo en el que juega un papel esencial su *práctica significativa*, conformada por los espacios simbólicos en los que se libra la lucha-disputa por los significados (Mata, 2012).

Padilla (2019) destaca el reconocimiento de la incidencia de los avances tecnológicos en las prácticas comunicacionales: el peso de estas en la complejidad de las diversas dinámicas sociales y culturales nos lleva a entender que investigar y conocer la dimensión de la comunicación radial es central para comprender a la sociedad misma en sus procesos sociohistóricos de mutación y ruptura (p. 167).

Dicha migración de la radio análoga a la digital demanda un camino donde las narrativas, los lenguajes y las tecnologías construyan formas de comunicación más cercanas a las audiencias y se propenda por una participación masiva que aporte a la construcción de una sociedad más informada y, sobre todo, más comunicada.

Se dibuja así un campo de estudio complejo que aborda los múltiples paradigmas de este fenómeno de cambio mediático radial. Se está en una nueva cultura digital del ecosistema comunicativo, basada en la



acción comunicativa e informativa, las narrativas, los lenguajes, los formatos y el contenido, todos los cuales están impactando las diferentes rutinas del comunicador y el periodista en su convergencia.

Según Scolari (2015), “La convergencia incide en múltiples esferas del quehacer periodístico: en las estrategias empresariales, en los cambios tecnológicos, en la elaboración, distribución y acceso de contenidos, además en el perfil profesional de los periodistas”. Esta convergencia implica hacer referencia al “acercamiento de todas las formas de comunicación mediatizada en una forma electrónica y digital, impulsadas por los ordenadores” (Gutiérrez y De los Santos, 2009, p. 144).

Es decir, romper las fronteras tradicionales que hay entre los diferentes medios, las habilidades profesionales y el rol del periodista (Tejedor, 2016). Es así como dicho fenómeno está modificando el entorno comunicativo y periodístico, porque, en palabras de Pavlik (2014, p. 28), “están cambiando las estructuras redaccionales, la acción comunicativa, el ecosistema comunicativo, las prácticas periodísticas y los contenidos informativos”.

Enfoque o metodología

Se aplica una investigación cualitativa no experimental, mediante un enfoque descriptivo y explicativo, siguiendo los métodos: “paradigma hermenéutico interpretativo” (Estalella *et al.*, 2006), técnicas de recolección de información, observación participante (Guber, 2001, p. 82) y revisión bibliográfica.

Esta investigación es no experimental; en ella, como afirman Palella y Martis (2012), “se observan los hechos tal y como se presentaron en su contexto real y en un tiempo determinado para luego analizarlos. En este diseño no se construye una situación específica, sino que se observa las que existen” (p. 87). Por lo tanto, no se planea manipular los datos o la realidad ya existentes, sino, más bien, observar y analizar el fenómeno planteado.

Para ello, se desarrollaron 40 entrevistas a comunicadores y periodistas que han vivido la evolución de este medio, y las cuales fueron realizadas en el programa denominado *La radio en 90 minutos*, emitido cada ocho días a lo largo de 2020, en la emisora La Sergio Radio. Estas entrevistas, de naturaleza tanto individual como grupal, fueron flexibles y dinámicas, mediante el modelo de “una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas” (Bodgan y Taylor, 1986, p. 101).

Igualmente, para las técnicas de recolección de información sobre el objeto de estudio se hizo revisión bibliográfica y de diferentes archivos sonoros que recopilan el recorrido de la radio colombiana. Una vez desarrollada la investigación cualitativa no experimental, la observación, la descripción y el estado del arte del tema trazado, se cruzaron los datos para que estos arrojasen los resultados, los análisis y las conclusiones.

Resultados relevantes

En atención al objetivo general de esta investigación, que es “Caracterizar la transformación de la radio colombiana en sus 90 años, desde la acción comunicativa e informativa; narrativas, lenguajes y formatos, en el marco de su evolución, de lo analógico a lo digital”, es evidente que este medio

ha transmitido los principales momentos que han marcado la historia del país. La ciudadanía ha encontrado en este canal entretenimiento, información y construcción de espacios de diálogo e interacción entre sus contenidos, sus protagonistas y sus audiencias.

Ese intercambio informativo se ha evidenciado a través de los años, y el deporte colombiano ha brillado gracias a las transmisiones de la radio, la cual ha destacado las lecciones que han dejado nuestros deportistas a colombianos.

Dichas enseñanzas y cualidades de nuestros deportistas han sido visibilizadas por la radio a través de un lenguaje propio y creativo, una narrativa descriptiva y precisa, y piezas discursivas coherentes y apropiadas a la interacción conversacional, las cuales se han integrado a un sistema de comunicación participativa donde han intervenido periodistas, protagonistas y audiencias.

Otros hechos también han sido transmitidos por la radio, porque requerían cubrimientos especiales, con el talento humano idóneo para narrarlos, dirigirlos y difundirlos, por medio de periodistas y locutores dotados con potentes voces y singulares cualidades. A ello se suman los espacios de análisis con pluralidad de opiniones y conceptos sobre temas coyunturales, como las elecciones locales, regionales y nacionales.

En cuanto al primer objetivo específico, “Establecer los principales aspectos que han intervenido en la evolución de la acción comunicativa e informativa: narrativas, lenguajes, formatos y rutinas”, se evidencia que la radio siempre ha estado enmarcada en la interacción comunicativa desde una perspectiva social.

La radio ha sido un canal de transmisión de acontecimientos que ha facilitado la socialización de estos por medio de sus narrativas y sus lenguajes dinámicos, los cuales han permitido al escucha ser partícipe en su acción comunicativa y en redes discursivas para la comprensión de los aconteceres del mundo.

Este medio siempre se ha interesado en mantener la interacción humana cotidiana entre el Estado, la ciudadanía, el desarrollo, la cultura, la democracia y la diversidad de género. Dicha participación se ha concretado, en especial, a través de la radio ciudadana, cuyo propósito central es construir canales y redes sociales, gracias a las plataformas interactivas, conectadas de manera directa con sus propios contextos. De esa manera, las comunidades participantes, en pleno ejercicio de las llamadas interacciones simbólicas y comunicativas, han podido entablar relaciones con otros actores, hechos y escuchas, y configurar así un sistema emergente de comunicación.

Por lo tanto, la radio en esta dimensión ha tenido en cuenta el papel que desempeña el otro dentro de la comunicación a través de la interacción, donde se resalta la capacidad que tiene el individuo para pensar, hablar y participar, lo que ha permitido a este medio ampliar y actualizar su cultura informativa. Dicha cultura ha incluido en sus rutinas por parte de los periodistas la habilidad para hacer un uso estratégico de las diferentes narrativas y lenguajes, dependiendo del canal por el que transmita, lo cual ha facilitado que el ciudadano se mantenga actualizado, informado y contextualizado.

En este sentido, el ejercicio de las ciudadanías y el periodismo en el marco del nuevo ecosistema radial ha desarrollado prácticas comunicativas y sociales incidiendo en la agenda informativa y exigiendo transparencia política en la gobernabilidad, como también, promoviendo las luchas por reivindicar derechos sociales en la búsqueda del bien común, compromiso que demanda del nuevo comunicador y periodista actuar como garante y promotor del derecho a la comunicación.

En consonancia con lo descrito, el tercer objetivo de esta investigación fue “proponer competencias para el ejercicio profesional de cara a afrontar los principales cambios de la radio colombiana en el contexto digital”. La actual radio requiere un nuevo profesional que genere una proyección social transformadora, mediante una producción comunicativa creativa, atractiva, pedagógica y de fácil comprensión y recordación en diferentes escenarios sociales y plataformas digitales.

Se necesitan profesionales que desarrollen con eficiencia un nuevo ecosistema comunicativo, apoyado en las tecnologías y en nuevos contenidos y narrativas que revolucionen las empresas radiofónicas 4.0 y tengan claro el presente y el futuro de la radio.

Conclusiones

La visión de la radio debe seguir siendo innovadora. Década tras década, los pesimistas auguran su deceso, pero la realidad es que hay un público y cada vez más comunidades participantes que encuentran en la radio un espacio diferente, gracias a ventajas comparativas, como su cercanía, su magia y su fácil acceso.

Esa estrecha relación entre contenido, inmediatez, participación y sensibilidad, que son producto de su construcción primaria, sumada a la gran tradición oral que tienen países como el nuestro, le da a este medio un estatus que le permite seguir siendo el más escuchado en Colombia, y el de mejor potencial para procesos de interacción, participación y educación.

En atención a lo anterior, se plantea la siguiente pregunta: ¿Qué estrategias periodísticas radiales, comunicativas y educativas, deben crearse para relatar historias basadas y contadas con nuevas voces, a fin de afrontar las realidades de comunidades históricamente silenciadas, invisibilizadas y estigmatizadas?

Referencias

- Bogdan, R. y Taylor, S. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós.
- Estalella, A., Ardévol, E., Domínguez, D. y Cruz, E. (2006). *Etnografías de lo digital*. En III Congreso Online–Observatório para la Cibersociedad.
- Guber, D. (2001). Voting preferences and the environment in the American electorate. *Society & Natural Resources*, 14(6), 455–469.
- Mata, M. (1993). *Lo que dicen las radios*. ALER.
- Padilla, A. (2019). Investigación crítica de la comunicación en América Latina: Diálogos con la vertiente Mattelart. Ediciones CIESPAL. Economía y Políticas de Comunicación. <https://ediciones.ciespal.org/index.php/ediciones/catalog/download/16/22/69-1?inline=1%20>
- Parella-Stracuzzi, S. y Martis, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Fedupel.



Pavlik, J. (1999). New media and news: Implications for the future of journalism.

New Media y Society, 1(1), 54-59. doi: 10.1177/1461444899001001009

Scolari, C. (Ed.). (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Editorial Gedisa.