

## CONVERSACIONES AL SON DE LA RADIO \*

---

### Talks to the sound of the radio

#### **Nubia Amparo Mesa Granda**

Especialista en Docencia Investigativa Universitaria de la Fundación Universitaria Luis Amigó y Comunicadora Social- periodista de la Universidad de Antioquia. Profesora de tiempo completo de la FUNLAM. Realizadora de radio y televisión desde hace 25 años.

nubia.mesagr@amigo.edu.co

---

\* Investigación de la Corporación Simón Bolívar, la Fundación Palco y la Institución Universitaria Luis Amigó, Medellín.

## RESUMEN

El artículo *Conversaciones al son de la radio* es producto de la *Investigación para el conocimiento de las audiencias de la radio comunitaria en Medellín* realizada por la Corporación Simón Bolívar, la Asociación Palco y la Fundación Universitaria Luis Amigó. ¿Cómo los habitantes de Medellín se apropian de la radio en sus diversos contextos? Este fue el punto de partida para conocer las expectativas de los oyentes y formular propuestas en torno a una radio comunitaria que privilegia el conocimiento, las experiencias y las percepciones de los receptores, y los entiende como sujetos críticos. El texto permite reconocer que la radio es una importante herramienta de dinamización social. Los diálogos entablados por los participantes en los grupos de discusión se convierten en insumo para comprender su relación con la radio.

**Palabras clave:** Radio, Radio comunitaria, participación, audiencias

## ABSTRACT

Article *Talk to the sound of the radio* is the product of *Research for Understanding Audiences Community Radio Corporation in Medellín* by la Corporación Simón Bolívar, La Asociación Palco and la Fundación Universitaria Luis Amigó. How the inhabitants of Medellín are appropriated to the radio in their various contexts? This was the starting point for knowing listeners expectations and formulate proposals on community radio that privileges knowledge, experiences and perceptions of recipients, and understands how critical subjects. The text recognizes that radio is an important tool for social activism. The dialogue initiated by the participants in the discussion groups, become input to understand their relationship with the radio.

**Key words** Radio, Community Radio, participation, hearings.

*Recibido: 23 mayo de 2013*

*Aprobado: 24 septiembre de 2013*

## INTRODUCCIÓN

En el año 2007 se inicia en Colombia el proceso de otorgar licencias de radio comunitaria a las ciudades capitales, después de más de 20 años de presión y movimiento de las organizaciones sociales del país que proyectan la radio como una plataforma para la movilización social.

En Medellín, la Corporación Simón Bolívar y la Asociación Palco le apostaron a una propuesta conjunta con otras dos organizaciones de la ciudad, Siglo XXI y Ciudad Rural licitando juntos para las licencias de las cuatro zonas de la ciudad. Corprado FM fue la ganadora de la zona sur y Siglo XXI no cumplió con un formalismo que la dejó por fuera de la licitación para la zona occidental. La Corporación Simón Bolívar obtuvo la licencia para la emisora Zona Radio (88.4 F.M) y Palco obtuvo una frecuencia para La Esquina Radio (101.4 F.M) que abrieron sus micrófonos en septiembre de 2011.

Estas organizaciones sociales entienden la radio comunitaria como un lugar de relaciones heterogéneas/diversas, como el lugar del ciudadano en cuanto es un espacio de derechos, de intercambios y comunicación. Para ello era necesario conocer los sentires y necesidades de los ciudadanos. Así surge la *Investigación para el conocimiento de las audiencias de la radio comunitaria en Medellín*

### Objetivos y metodología

La investigación de recepción crítica de medios para la construcción de la radio comunitaria de Medellín, es una apuesta por entender los contextos e imaginarios socioculturales de las futuras audiencias en su relación con la radio, comprender sus características culturales, económicas, políticas y sociales, para generar un proceso de radio comunitaria dialógico y legítimo que genere apropiación y participación de los habitantes en la propuesta comunicativa.

En la tarea de explorar las prácticas y apropiaciones de la radio por parte de los habitantes de la ciudad se realizaron 72 grupos de discusión con 263 líderes de 124 organizaciones de las comunas 1 a la 13 y los corregimientos de Santa Elena y San Antonio de Prado. De esta manera se han escuchado y puesto en interacción a los representantes de los distintos grupos sociales: mujeres, adultos mayores, jóvenes, grupos étnicos, tribus urbanas, población LGBTI, discapacitados. Fueron reuniones para conversar al son de la radio, de cuerpo presente, no a través de la radio sino en un encuentro donde las voces se mezclaron y se intercalaron dando respuesta a los interrogantes sobre sus hábitos de uso y apropiación del medio.

La pregunta central, que permitió el intercambio de ideas para conocer los contextos e imaginarios socioculturales de las audiencias de la radio comunitaria, fue: ¿Cómo los habitantes de Medellín se apropian de la radio en sus diversos contextos? Se buscaba reconocer a los oyentes como sujetos activos, críticos y transformadores de sus contextos, en una relación recíproca con el medio de comunicación. Individuos capaces de organizarse, de discutir, de manifestarse públicamente, de defender su derecho a la comunicación, aunque en algunos momentos no logren dilucidar cómo los mensajes permean su realidad.

## CONTEXTUALIZACIÓN

Desde que el ser humano adquirió el lenguaje de las palabras y les dio significado, los encuentros adquirieron nueva fuerza. Conversar se convirtió en la mejor forma de acercarnos al sentido íntimo y oculto de la vida.

*La existencia, en tanto humana, no puede ser muda, silenciosa, ni tampoco nutrirse de falsas palabras sino de palabras verdaderas con las cuales los hombres transforman el mundo. Existir, humanamente, es pronunciar el mundo, es transformarlo. El mundo pronunciado, a su vez, retorna problematizado a los sujetos pronunciantes, exigiendo de ellos un nuevo pronunciamiento. (Freire, 1997, p.88)*

Esta reflexión de Paulo Freire configura una idea clara de lo que es para el ser humano esa vivencia del lenguaje donde el uno se expone ante el otro, en una práctica simple: hablar y escuchar. En la conversación no se da solo un intercambio de información; en el acto de habla también se reflejan vivencias que aportan a la construcción de nuevos sentidos y es posible construir acuerdos.

Conversar se deriva de *Conversus*, convertirse, es decir, transformarse a través de la palabra. Una persona nunca será la misma después de haber conversado con otra porque ese intercambio no solamente modifica las acciones y los resultados, modifica a la persona misma. Tal como lo plantea Herbert Blumer (1982, p.10) en su obra *El Interaccionismo simbólico, perspectiva y método*, las personas actúan sobre los objetos de su mundo e interactúan con otras a partir de los significados que los objetos y las personas tienen para ellas. De esta manera se construyen símbolos que al trascender el ámbito del estímulo sensorial amplían la percepción del entorno, incrementan la capacidad de resolución de problemas y facilitan la imaginación.

Los estudios Etnometodológicos de Harold Garfinkel (1968) determinaron que en la conversación los individuos razonan y explican sus experiencias de todos los días y es a través de ese lenguaje natural, donde no hay turnos asignados,

donde el uno completa la idea del otro, de donde surgirá no solo la representación de la realidad que les rodea sino nuevas acciones.

Pero, ¿Se le ha dado a la conversación suficiente valor como punto de partida en la construcción de conocimiento social?

La Investigación Acción Participativa utilizada por las ciencias sociales ha dado vitalidad al proceso de diálogo en el cual participan no solo los investigadores sino la comunidad, que puede formular sus problemas y sus puntos de vista. Y el rol del investigador es el de dinamizador y orientador del proceso. Se trata de provocar en los participantes la reflexión y la discusión, interviniendo únicamente para canalizar las acotaciones de cada uno.

Es lo que la Corporación Simón Bolívar y la Asociación Palco, como organizaciones adjudicatarias de dos de las licencias de radio comunitaria en Medellín, han hecho para conocer las audiencias en las áreas de influencia de sus emisoras con el fin de identificar y comprender sus características culturales, económicas, políticas y sociales.

A través de mesas y grupos de discusión, representantes de los distintos sectores sociales se sentaron a conversar con un objetivo común: pensar y proponer nuevos discursos para la radio en el propósito de hacer de este medio de comunicación una herramienta de dinamización social. Una radio que ponga en común los relatos cotidianos. Una radio que articule las conversaciones de los distintos actores sociales.

Estos grupos y mesas de discusión confirmaron cómo a pesar de la evolución tecnológica que ha tenido la radio, en el mundo actual este medio de comunicación sigue siendo “el medio de comunicación más universal”, como lo define Rafael Roncaglio (1977) pues representa la posibilidad inmediata de conocer lo que sucede a su alrededor y a la vez requiere la participación sincrónica de los oyentes.

## **La ilusión de la conversación en la radio**

La evolución de las sociedades y de sus medios de comunicación llevó a la aparición de la radio a finales del siglo XIX. El descubrimiento de que las ondas sonoras se propagaban a la velocidad de la luz y se podían detectar en un receptor para luego amplificarlas, proporcionó a la humanidad la posibilidad de comunicar, de manera rápida, los acontecimientos que sucedían a kilómetros de distancia, y más allá de ello se convirtió en un medio para llevar el pensamiento político, económico, social y religioso. La radio empezó a influir en todo. Las voces de los

grandes oradores llegaban con su poder de persuasión a influir en las decisiones y comportamientos de los oyentes reunidos alrededor del aparato de la radio, ansiosos de una programación que les entretenía y les mermaba sus angustias en época de guerra o de restricciones económicas. Escuchar música para reanimar sus espíritus caídos, disfrutar de artistas cómicos que les divertían y noticias dramáticas que les distraían de sus problemas personales.

Así, el encanto de intercambiar ideas y la construcción de nuevos sentidos se amplió desde el momento en que nació la radiodifusión. Como bien la definió Walter Benjamin (2005, p 3) “La radio es un espacio democrático en el cual tantas voces como sean posible pueden ser escuchadas”

Los estudios de Benjamin (1931) se orientaron a encontrar las posibilidades de la radio para estimular a las audiencias a reflexionar sobre el medio al que estaban expuestas. Pero el autor también observa cómo la radio es usada para penetrar ideológicamente el espacio íntimo de los hogares y cómo las representaciones son “seleccionadas” de acuerdo con las voces de quienes gobiernan.

Sobre la relación de la radio con los receptores se han producido diversos enfoques. Puede mencionarse una concepción difusionista, es decir entenderla como un medio para la simple transmisión de contenidos donde los receptores no participan; una teoría crítica que la concibe como poderoso instrumento de dominación; y otras teorías que entienden el medio como una posibilidad para la construcción de sentidos. Según esta última perspectiva, tanto emisores como receptores, cumplen la misma función de productores de sentido, aun cuando ocupen posiciones o lugares diferentes y no simétricos dentro del proceso.

La evolución tecnológica representó para la producción radial retos significativos en la manera de circulación del discurso. La aparición del teléfono, que pronto se incluyó en las rutinas de producción, hizo que las voces de los ciudadanos comunes se articularan a los discursos que solo producían los realizadores de los espacios, para darle un nuevo aire con su propia manera de hablar, hacer pública una demanda, requerir información, hacer del medio una tribuna de sus ideas y hasta de sus confidencias.

En la programación de las emisoras de radio las voces de los oyentes se empezaron a escuchar en los concursos, los consultorios o programas de dedicatorias musicales. Además, para expresar una opinión, rectificar o aportar una información, relatar un caso propio o ajeno, pedir que se les complemente un dato, denunciar un hecho, o incluso desahogarse. Y lo hacen con sus propias jergas, con vocablos que le dan color a la programación. El carácter oral de la radio permite que esa

participación sea espontánea, pues para expresarse no se requiere alfabetización. Por ese motivo, puede considerarse que la radio es uno de los medios menos excluyentes, pues a los medios escritos solo tienen acceso los alfabetizados, en tanto a los orales, acceden todos, los alfabetizados y los ágrafos.

La oralidad representa pues en la radio la posibilidad de intercambio verbal, de diálogo directo donde se esperan respuestas inmediatas, comentarios y rectificaciones con un ingrediente adicional que es la escala emotiva que ofrecen los matices de la voz. Un programa de radio donde hay participación de los oyentes es un escenario donde se cruzan los discursos propios de cada segmento social. El “sentido de oportunidad” (Prieto Castillo, 1988, p.91), permite incluir en el diálogo un apodo, un dicho popular, una práctica cotidiana y, de esta manera, aumentar las posibilidades expresivas del medio.

Es claro, eso sí, que el uso del teléfono como instrumento para escuchar las voces de los oyentes a través de la radio no aporta los mismos elementos de intercambio que se dan en la conversación personal. Ante la no copresencia de los interlocutores se presenta una relación de sucesividad y no de simultaneidad, se pierden las señales no verbales y se afecta el libre uso de los turnos en la interacción, sumado a que hay de base una conducción que se establece de manera estratégica para legitimar el discurso del medio y dar la idea de que éste se construye sobre “la libre expresión”.

*Los medios han descubierto que abrir los micrófonos y ponerse la camiseta de “defensor del pueblo” es un negocio redondo para obtener credibilidad. Aunque la “representación” que ejercen en el doble sentido, como puesta en escena y delegación de los intereses de la ciudadanía, se realiza dentro de las condiciones de producción del lenguaje mediático -lo cual involucra restricciones de tiempo, puestas en escena, omisiones, y manipulación de la información-; los espacios que ofrecen no dejan de ser alternativas válidas como foro de expresión, instancia de presión, publicitación de sus necesidades y recurso de mediación frente a las autoridades. (Wiconur, 2007: en Razón y palabra)*

Aún así la radio es un medio con alta potencialidad para compartir experiencias. La profesora Rosalía Winocur indica que entre el medio y la sociedad se da una interdependencia que se hace necesaria para construir nuevos discursos.

“Los ciudadanos, movimientos y organizaciones sociales, necesitan de los medios para hacer visibles sus demandas, socializarlas y replicar en gran escala sus contenidos; por su parte, los medios requieren de los ciudadanos de carne y hueso llamando, solicitando, exigiendo, opinando, criticando, acordando o disintiendo, para legitimar su actuación.” (Wiconur, 2007)

Sin embargo, ese ideal de aproximar los hombres, los valores y las culturas no ha logrado todo el esplendor que se esperaría. La radio con sus limitaciones de tiempo resulta insuficiente para resolver todas las necesidades de expresión de las comunidades y el pluralismo social no se evidencia totalmente con sus demandas específicas. Se suman a ello las condiciones impuestas por los poderes económicos y políticos. La radio comercial suele asociar el concepto de pluralidad al hecho de tener oferta de programación para todos los públicos, y se abren los micrófonos a los oyentes con el objetivo de medir su audiencia más que de conocer sus pensamientos y necesidades.

Eileen Meehan (1986), profesora de la Universidad de Illinois habla incluso de que la influencia de los estudios de audiencia que hacen los medios para identificar hábitos de consumo, llevaron a los productores radiales a enfocar sus programaciones en aquellos miembros de la audiencia que podían convertirse en compradores de ciertos productos.

Se entiende al oyente como un consumidor y se desarrollan “contenidos y actividades promocionales a partir de la interpretación de la opinión de los oyentes, que permitan buscar los niveles de audiencia requeridos para la compañía” (RCN: 2012). Por eso se hace una segmentación de los públicos que dé cuenta de sus hábitos de consumo. La clasificación de las audiencias se hace por edades, clases sociales y sexo, para facilitar así la identificación de un target objetivo, bien sea masivo, selectivo o especializado, en línea con un mejor enfoque en su comercialización.

Cabe decir entonces, que el concepto de participación y conversación en la radio se ha equiparado con la acción de abrir los micrófonos durante escasos minutos para que los oyentes respondan encuestas o para inducirlos a exponer su intimidad o para que pregunten a un experto sobre un tema específico dando como resultado, en algunos casos, que las respuestas estén alejadas de la realidad exacta de quien cuestiona.

Pero la verdadera participación implica otros niveles de análisis: la intervención de la población en la producción de los mensajes, la intervención en la toma de decisiones, y la contribución para la formulación de planes y políticas de comunicación masiva.

A través del conocido informe MacBride, (1980) la UNESCO se encargó de sistematizar y definir el concepto de democratización de las comunicaciones. El sentido de la participación se amplía entonces, y se entiende que para que haya participación real, el individuo debe ser un elemento activo y no un simple objeto de la comunicación; que debe generar variedad en los mensajes intercambiados, con

lo cual aumenta también el grado y la calidad de la representación social en la comunicación.

Ejemplos hay en América Latina que vale la pena resaltar. En los años 50 surgieron algunas emisoras sindicales mineras que eran costeadas con cuotas voluntarias de los trabajadores. Funcionaban con equipos rústicos y de corto alcance y su personal no tenía experiencia en producción radiofónica, pero les permitía comunicarse entre los distritos a lo largo y ancho del altiplano, y así les permitía defender sus intereses, a tal punto que fueron acalladas por el gobierno. Con su estrategia de “micrófono abierto”, ponían a los trabajadores y a sus familias a hablar libremente de todos los temas de su interés, a hacer reclamos a las autoridades e inclusive a criticar la conducción sindical. Visitaban escuelas, iglesias, mercados, pulperías y campos deportivos y hasta entraban a los socavones mineros para dar a la gente la oportunidad de decir su palabra. De acuerdo con Luis Ramiro Beltrán (1996), las radios servían como núcleo de reunión social y hasta como eje de convocatoria a asambleas populares para la toma de decisiones. Practicaban pues, esos comunicadores obreros, la comunicación “horizontal”, “participativa”, “dialógica” y “alternativa” cuando menos diez años antes de que teoría alguna postulara nociones como esas. (Beltrán, 1996, pp. 8-11)

Lo anterior obliga a pensar en la necesidad de que el oyente no solo se relacione con la radio a través de las ondas hertzianas sino que se propicie el encuentro cara a cara, en lo que Goffman (1963) llama, la interacción focalizada, donde los participantes cooperan en el mantenimiento de un único centro de atención y construyen nuevos significados a partir de sus aportes individuales.

## RESULTADOS

Encontrarse cara a cara y usar la palabra como vehículo para expresar su manera de relacionarse con la radio. Esa fue la premisa de los encuentros propiciados por las radios comunitarias de Medellín con los representantes de diversas organizaciones sociales. Y los diálogos que se produjeron a lo largo de esas horas de conversación son un insumo para comprender mejor lo que los oyentes esperan de las emisoras. Esos encuentros, como dice Freire (1977) se convierten en “un acto creador” que permitirá construir una programación cercana a sus intereses y necesidades. Al escucharlos se puede pensar en los rasgos que definirán los contenidos y la estética de tal programación.

### Con los jóvenes

Por ser de suma importancia para entender el contexto de la investigación, a continuación se describen los momentos claves del proceso de participación y de esta

manera integrar las diferentes teorías y concepciones que se han citado en este trabajo sobre la realidad de los jóvenes en su interacción con la radio.

El encuentro entre los integrantes del colectivo “Cinengaños” de la comuna 6 sirvió para confirmar la necesidad de los jóvenes de encontrar opciones diferentes a la música como centro de la programación radiofónica.

Los jóvenes llegaron a la biblioteca la Quintana. Un enorme ventanal dejaba como telón de fondo las montañas sembradas de ladrillos de la zona nororiental de la ciudad. Diana Caro, fue la encargada de darles la bienvenida. Sentada en la mitad del salón donde cuatro muebles de colores vibrantes parecían nadar por la amplitud del espacio, encendió la grabadora y formuló la primera pregunta. ¿Qué nombre y qué símbolo le pondrían ustedes a la emisora comunitaria?

Hubo silencio, risas, dudas. Diana formuló nuevos interrogantes. Poco a poco, aunque las palabras salieron con timidez, el tema empezó a fluir. Uno a uno hablaron, convencidos de que tienen mucho que decir sobre este medio de comunicación que los acompaña, como mínimo, dos horas al día, especialmente en las mañanas cuando necesitan informarse de lo que ha sucedido en la ciudad, y en las noches para escuchar música.

Hablaron a destiempo frente a las preguntas formuladas por la coordinadora del encuentro. Quizás por primera vez hacían consciente su opinión sobre lo que escuchan y lo que les gustaría escuchar. A través de las ventanas abiertas del salón se colaba el sonido del barrio. Las voces de los niños que a esa hora jugaban en las afueras del parque biblioteca. El perifoneo del vendedor de aguacates y el ladrido de un perro que desde el balcón de enfrente quería llamar la atención de los transeúntes.

Así aparecieron las primeras pistas:

Guillermo quiere “un programa que no sólo hable del conflicto, sino de las soluciones”. Para Leider lo más importante es “una radio que tenga que ver con lo cotidiano” y H propone que se hagan más programas que enseñen sobre la vida en la ciudad, en el hogar, una radio “útil”. El diálogo fluye. Las frases se enredan, se entrelazan, se hilvanan recuerdos, conceptos, sensaciones.

- Es que si uno no escucha radio es porque estamos cansados de tanta basura
- Sí, que sea algo entretenido. No esos ladrillazos donde un “man” habla y habla.
- Pero desmitificar también que la radio es solo música.
- Sí, mostrar qué pasa, en la parte ambiental, en la social, las actividades que pasan en las comunas.

- A mí me gusta escuchar música clásica, y como tengo un grupo hace diez años donde toco la guitarra, me sirve como inspiración para analizar estructuras y la composición, y para informarme de temas.
- Lo peor son los noticieros amarillistas, nos presentan los muertos, pero no lo que uno quiere saber, es necesario que investiguen las cosas a fondo.
- Yo no escucho mucho, pero a ratos que prendo el radio por la noche, escucho un programa, no me acuerdo el nombre, leen cuentos.
- ¿Será Literatura para todos?
- Y hay otro que es la Luciérnaga.
- Que es de opinión.
- Yo conocí un programa, dizque Atracción acústica, ponen *covers* de canciones muy conocidas y el tipo se documenta muy bien y habla del contexto de esa canción, quién la hizo y la historia, entonces es muy interesante.
- Claro, por lo menos que digan el nombre de las canciones.
- Es que, por ejemplo, mucha gente no conoce la diversidad y la riqueza de Colombia, saber sobre las canciones ayuda a que valore lo que tiene.
- No importa el género, eso sí que escuchen aunque sea vallenatos o regetón, pero que aprendan.
- Yo en estos días escuché un programa sobre el ahogamiento de los niños por radio. Los niños cuando se ahogan se mueren en silencio y nadie se da cuenta, esas cosas uno no las sabe. Entonces la propuesta mía es que la radio pueda tener temas de interés para el hogar, por ejemplo qué peligros tiene una olla presión en la casa, o en las instituciones educativas, que nos enseñen sobre primeros auxilios.
- Sí, la radio podría ser tan útil.
- ¿Para qué creen que les sirve lo que escuchan en la radio?
- Por ejemplo lo de literatura, te mete en el cuento, te ayuda a que vuele tu imaginación, a despertar la curiosidad.
- Es como cuando uno escucha fútbol con los audífonos puestos y uno se hace la imagen de la cancha, de la tribuna, de los jugadores.
- Eso me hace pensar en las radionovelas, pero no esas “basurezcas” sino algo bien planeado. Esa es una buena manera de meterlo a uno en el cuento.

La amalgama de voces construye un nuevo sueño. Son las seis de la tarde y las luces empiezan a encenderse. Con esa luz se iluminará también la nueva radio comunitaria de Medellín. Una radio que privilegia el poder de la palabra con sentido, la palabra con poder de transformación, donde “el diálogo se impone como el camino mediante el cual los hombres ganan significación en cuanto tales (Freire: 1977, p.89).

## Con los líderes comunitarios

Otro de los momentos de encuentro con representantes de las comunidades se produjo con líderes comunitarios. En sus expresiones se evidencia la importancia educativa de este medio de comunicación.

En la casa de Oliverio Arroyave de la Urbanización Compartir, en el corregimiento de San Antonio de Prado, se encontraron Doris Amparo Gallego, Luis Eduardo Mejía, Jorge Álvaro Acuña, Antonio Betancur, Yaneth Naranjo, y el mismo Olivero, líderes de Juntas de Acción Comunal y Junta Administradora Local.

En sus voces se logra entrever alegría y euforia cuando hablan de los programas radiales que les provocan sensaciones y recuerdos de infancia. Así hablaron:

- Si me apagan el radio me despierto. Lo dejo prendido todo el tiempo. Es que la radio es fundamental en mi vida.
- Yo también, como hago manualidades en mi casa, el radio me acompaña.
- Yo salgo mucho, pero escucho los sábados y los domingos.
- ¿Y qué es lo que más escuchan?
- La música de antaño, las noticias.
- Es que a los de la primera edad nos gusta eso.
- A mí me gustan los que mezclan realidad, ficción y humor, como la Luciérnaga.
- Sí, cuando yo me canso de esos escucho la UPB, los temas de historia, filosofía, culturales.
- Es muy rico escuchar esos especiales de música que hacen los fines de semana.
- En mi casa, los fines de semana, pongo el radio más duro para involucrar a mis hijos, que dejen el computador y que conversemos sobre lo que estamos escuchando.
- Yo comparto lo que dice Doris, es bueno porque los jóvenes escuchan de forma furtiva, sin necesidad de imponerles.
- ¿Para qué les ha servido la radio?
- Les cuento que yo estiraba nuca cuando estaba en el colegio porque me sabía todas las capitales del mundo y eso era porque escuchaba las noticias. Aprendí procesos de argumentación escuchando la polémica deportiva.
- Es que yo creo que la radio nos genera opinión. Luego de escucharla uno puede discutir, saber de qué está hablando.
- Si uno sabe elegir la radio lo forma, lo orienta.
- ¿Cómo los ha influenciado la radio en lo que hacen?

- En la capacidad de soñar, de imaginar.
- Desde los 15 años sabía distinguir todos los géneros musicales nacionales e internacionales.
- Con esto le digo todo, como yo viajo a los municipios a procesos de capacitación, lo primero que empaco en mi maleta es el radio. Es como empacar una “muda” que habla.

La radio, esa compañera de horas de insomnio, de trabajo arduo, de vida familiar, cobró protagonismo en este encuentro. ¿Cómo no reconocer, en las vivencias de estos adultos que crecieron refinando el oído con las ondas hertzianas, la importancia de una radio que educa?

Como lo planteó Mario Kaplún (1992, p.31), a través de la radio ellos han logrado un proceso de “autoeducación orientada”, de auto y coaprendizaje, un nuevo reto para las radios comunitarias de Medellín.

Los encuentros se repitieron. Con las mujeres de la comuna 8, en el barrio El Pinal. Ellas no solo hablaron sobre la radio. Las palabras sirvieron para relatar sus problemas en la casa y expresar lo fuertes que se sienten participando en procesos sociales. Su reclamo es por unos espacios radiofónicos que les permitan identificarse con lo que hacen, su vida de hogar, sus amores, sus luchas constantes.

También los representantes de la población discapacitada tuvieron la oportunidad de decir lo que la radio les suscita. Los integrantes del grupo musical Atril, con su lema ¡Invidentes sin límites!, indicaron que son conscientes de que este medio de comunicación puede estimular a muchos discapacitados y que un programa radial ayudaría a muchos a salir de su encierro, puesto que “la radio como extensión de los sentidos permite saber lo que pasa con el mundo”, dijo uno de ellos, quizás sin haber leído a McLuhan (1967) con su teoría del determinismo tecnológico.<sup>1</sup>

En cuanto a la población LGBTI, varios líderes de diferentes comunas, voceros ante la Personería y la Alcaldía de Medellín, centraron la reflexión en la importancia de mostrar a través de la radio, la transformación de la ciudad, para ir

---

<sup>1</sup> “El determinismo tecnológico plantea que Los humanos son de pronto un nómade que junta conocimiento; nómade como nunca antes, informado como nunca antes, libre de especialismo fragmentado - pero también envuelto en el proceso social total como nunca antes; dado que con la electricidad, extendemos nuestro sistema nervioso central, globalmente, interrelacionando cada experiencia humana”. Véase *El medio es el masaje: un inventario de efectos*. Paidós. Pág. 358

más allá de la diversidad sexual, para que pueda entenderse la diversidad en un concepto más amplio. Tal como lo expresa Jesús Martín Barbero (1987, p. 185) la demanda de los grupos étnicos, de género, religiosos o ecológicos no sólo es la representación ideológica, sino también el reconocimiento socio-cultural.

Y en el ejercicio de *Investigación para el conocimiento de las audiencias de la radio comunitaria en Medellín*, también se escucharon las voces de los que trabajan con la infancia, de los adultos mayores, de las tribus urbanas, de los grupos étnicos para “estudiar las producciones de cada clase o conjunto como variantes discursivas internas al discurso social general”. Se escucharon y compartieron discursos particulares sobre su apropiación de la radio, las diferencias y coincidencias en relación con el contexto y dinámica de cada sector representado en los distintos encuentros. Se conversó al son de la radio con el interés de seguir escuchándolos en la radio y a través de la radio.

Porque la radio debe ser amalgama de voces que se expresan libremente y construyen sentido social, que comparten sus saberes y sus realizaciones, en una construcción de nuevas identidades a partir de planteamientos críticos. Para hacer realidad el planteamiento de Brecht (1932) de transformar la radio de aparato de *distribución* en aparato de *comunicación*.

## CONCLUSIONES

La radio comunitaria debe ser un escenario para el reconocimiento social y cultural de los procesos sociales y de las comunidades que habitan la ciudad, las cuales lamentan la ausencia de reconocimiento de sus realidades en la radio comercial, la falta de información relevante para sus dinámicas y sobre sus expresiones estéticas.

Las comunidades esperan poder narrarse en este medio de comunicación y hacerlo con sus particularidades idiomáticas, simbólicas e ideológicas.

La inmediatez que caracteriza la radio también significa la posibilidad de informarse, pero sobre todo es vista como punto clave para la socialización, para compartir sentidos y establecer redes en torno a objetivos comunes. Es decir convertir la radio comunitaria en mediador para la interlocución entre los actores y los procesos sociales.

De ahí que el principal reto de la radio comunitaria en Medellín es la reprogramación del mensaje que históricamente las comunidades de los barrios de Medellín han escuchado en la radio comercial, cambiarlos por mensajes de esperanza, diversos y plurales de acuerdo a sus códigos culturales y sociales. Un cambio en el mensaje y en la forma de transmitirlo llevaría a una forma diferente de aprehenderlo y de incorporarlo en sus cotidianidades.

## REFERENCIAS

- Beltrán, Luis Ramiro. (1996). *La Radio Popular y Educativa de América Latina*. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, núm. 53, pág. 8 a 11.
- Blumer, Herbert. (1982). *El Interaccionismo simbólico, perspectiva y método*. Barcelona, Hora D.L.
- Brecht Bertolt. (1932). *Teoría de la radio*. [En línea]. Revista de Economía Política de las Tecnologías de Información y Comunicación-Disponible en [www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br) [Consultado 13 de marzo de 2013].
- Delgado, Juan Manuel; Gutiérrez, Juan. (1994). *Métodos y técnicas de investigación en Ciencias Sociales*. Madrid. Síntesis.
- Freire, Paulo. (1977) *Pedagogía del oprimido*, México, Siglo XXI.
- McBride, Sean y otros. (1987) *Un solo mundo, voces múltiples*, México. Fondo de Cultura Económica.
- Martín- Barbero, Jesús. (1987) *Comunicación, Cultura y Hegemonía: De los medios a las mediaciones*. Barcelona. Gustavo Gilli.
- Mc Luhan, M; Fiore, Q. (1988) *El medio es el masaje: un inventario de efectos*. Barcelona. Paidós Ibérica.
- Mehann, Eileen. (2009); Taylor and Francis. [En línea]. Television and radio program ratings and measurements: A selected and annotated bibliography. Disponible en <http://www.tandfonline.com/action/> [Consultado 18 de marzo 2013).
- Kaplún, Mario. (1992) *A La educación por la comunicación*. Unesco-Orealc, Chile, pág. 31.
- Wiconur, Rosalía. (2007). La Participación en la Radio: Una Posibilidad Negociada de Ampliación del Espacio Público. [En línea]. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx> [Consultado 10 de febrero de 2013).
- Garfinkel, Harold. ( 2006) *Estudios en etnometodología*, Barcelona, Anthropos.

Leslie, Esther. [En línea] *Revista Resonance Vol. 10 N° 1. Londres Disponible en* <http://asrav.org/walterbenjamin.pdf> [Consultado 13 de marzo de 2013)

El lenguaje de la radio, ponencia presentada en el Primer Congreso Internacional de la lengua Española, Zacatecas, México, abril 1977. Citado por José Ignacio López Vigil. *Manual urgente para radialistas apasionados*. 2004. Quito, pág 20.

López Vigil, José. (2004). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito. Ciespal.