

## Historia de la Radio en Colombia .

El investigador Reynaldo Pareja en su libro "Historia de la Radio en Colombia" uno de los mejores de su clase, destaca los siguientes aspectos generales de interés: La Radiodifusión fue introducida en el país por iniciativa de los radioaficionados, quienes desde 1923, trajeron los primeros receptores-transmisores de baja potencia.

Antes de fundar las primeras radiodifusoras, era preciso que el país desarrollara una infraestructura de comunicación inalámbrica, la cual se inició en 1915 con los servicios de radiotelegrafía de la empresa Marconi Wireless Co., considerada como el monopolio mundial de la radio, estableciéndose en el país a través de la concesión de explotación absoluta durante 20 años por el gobierno del General Ospina.

El Gobierno se percató de la necesidad de montar una radiodifusora que le permitiera tener una voz oficial, por eso, solicitó en 1924 los primeros equipos de onda larga de 1Kw. de potencia a la empresa Telefunken, pero dichos equipos, llegaron de manera tardía en el año de 1929. Este año marcó el nacimiento oficial de la radiodifusión colombiana, aunque hubo que esperar dos años para que su introducción definitiva fuera irreversible.

El Presidente Miguel Abadía Méndez, inauguró la primera radiodifusora del país, la HJN (Más tarde la Radiodifusora Nacional) el 7 de agosto de 1929. A los cuatro meses apareció la primera estación privada (el 8 de diciembre de 1929) con un pequeño equipo de 15 W. y la sigla de identificación HKD, cuyo nombre más tarde sería "La Voz de Barranquilla".

La primera emisora de carácter comercial fue fundada en enero de 1930 con la sigla HKF "Colombian Radio and Electric Corporation", a la cual le siguieron otras cinco emisoras comerciales. Todas éstas de carácter experimental porque las condiciones legales hacían casi imposible el establecimiento de una emisora comercial, hasta que en 1931 se hizo una reglamentación que abrió las puertas a esta modalidad.

Hasta 1934 los dueños de las emisoras eran a su vez los directores, los operadores, los relacionistas públicos, los vendedores. La mayoría de ellos atendían otros negocios o profesiones y la radiodifusión la ejercían a manera de "hobby" lo que se traducía muchas veces en un funcionamiento irregular, pues muchas veces se prendían los transmisores de acuerdo con el tiempo libre de sus dueños-directores, que de por sí coincidían con los tiempos libres de los pocos radioescuchas (250 receptores en Bogotá para 1930).

Los clientes de las emisoras comerciales hasta el momento creadas, siempre pagaban en especie y los productos recibidos eran vendidos entre los trabajadores de las emisoras y cuando las emisoras crecieron, las especies recibidas se convirtieron en premios de los programas concursos. Algo muy parecido a lo que sucedía en todos los países con radiodifusoras.

Otra forma de financiación fueron las cuñas comerciales hechas directamente por los dueños de las estaciones para los clientes. Las cuñas eran elaboradas sin ningún criterio profesional, se realizaban sin ninguna técnica radial y eran prácticamente elaboradas por la originalidad del operador de audio, no llevaban musicalización o efectos sonoros, ni tampoco una distribución dentro de la programación que mostrara una preocupación por los aspectos formales.

Al aparecer muchas más emisoras, las cuñas o anuncios comerciales bajaron considerablemente su precio, lo que implicó conseguir más clientes para compensar las pérdidas de los precios cada vez más bajos. Mientras crecía la cantidad de cuñas en todas las horas de emisión, se produjo un golpe enorme de sobresaturación de anuncios comerciales, acaparando a veces el 50% de toda la programación de una emisora, mientras el otro 50% era prácticamente dominado por el género noticioso.

Surge entonces una pugna entre la prensa y la radio, hasta el punto en que el 23 de marzo de

1934, el periódico "El Tiempo" logra que sus influencias políticas ayuden definitivamente a la expedición del Decreto 627 por medio del cual se le prohibía a las emisoras leer las noticias publicadas por los periódicos, antes de transcurridas doce horas después de su aparición.

El editorialista Fray Lejon de "El Tiempo" celebró la intervención con estas reflexiones: "...todo periodista ve con entusiasmo el justo decreto que el gobierno ha dado, para que a la prensa no la saquee la radio. Yo personalmente he antipatizado con aquel imbécil, invento del diablo, que llena la casa de anuncios baratos, de discos viejos y de chistes malos...". Algo parecido había sucedido en el país padre de la radio (EE.UU) en 1933. Más tarde, la solución a este problema se basó en la combinación de esfuerzos económicos de la prensa para hacer concesiones y negociaciones con la radio, ya que su crecimiento era irreversible y necesario para la industria del país, la cual defendía a la radio con actitud acérrima. Muchos periódicos compraron emisoras o formaron cadenas radiales.

Esta primera etapa de la radio culminó a finales de 1934 con el establecimiento fuerte de una radio comercial inexperta pero creciente, con modelos importados totalmente desde EE.UU. y con un gobierno colombiano muy interesado en su comercialización. Era lógico que en estas condiciones, la radio oficial y privada tomara los caminos de una radio comercial y no de una radio como la europea, sin fines lucrativos.

Entre los años 1935 y 1940 la radiodifusión colombiana se caracteriza por su lanzamiento a escala nacional y consolidación comercial definitiva, además de tener relaciones profundas con los acontecimientos históricos, económicos y políticos del país. Este periodo está caracterizado por un marcado crecimiento económico debido al surgimiento de la inversión de la industria en el medio radial, lo que favorece al mismo tiempo su propia infraestructura de la radiodifusión. Lógicamente los sistemas de administración cambian, porque hasta el momento, solo se necesitaba la presencia de un "hombre orquesta", normalmente el dueño que realizaba todas las funciones, dando como resultado una improvisación constante. Se impuso entonces el criterio de organización empresarial: Una combinación de administración y producción técnica, la cual incorporaba locutores, técnicos, operadores y guionistas.

En esta etapa, las emisoras aumentan sus horas de radiodifusión, se inician los programas en vivo, aparecen los primeros programas humorísticos y las orquestas de baile popular, además de programas de eventos especiales, copiando el desarrollo del modelo radial norteamericano. También el deporte hizo su primera aparición, pues se transmiten algunos partidos de fútbol y carreras de caballos desde el Hipódromo Los Libertadores, entre otras experiencias. Sin embargo, el deporte como parte de la programación, no se incorporó hasta que se inventaron y se trajeron los equipos de señal F.M. y VHF que permitían montar la red de enlaces.

Otra innovación importante fue la aparición del radioperiodismo. En 1935 se estrella el avión de la Scadta contra el trimotor de Ernesto Samper pereciendo el cantante Carlos Gardel, figura internacional del tango. El hecho fue cubierto para todo el país a través de conexión telefónica con los estudios. En el mismo año se celebró un Congreso Eucarístico que fue transmitido también para todo el país utilizando los esquemas del radioperiodismo. Con ello se implantó la modalidad de desplazar reporteros al lugar de los acontecimientos, quienes transmitían por vía telefónica hasta la emisora y de ahí a los radioescuchas, técnica que todavía se emplea con éxito en muchas emisoras del país.

El Gobierno adquirió el derecho a legislar y controlar la actividad de la radiodifusión a través de la Ley 198 de 1936, apoyándose en una nueva definición de lo que era "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".

El contexto político del país imprimió sobre la radio otra experiencia. El clima de pugna política radial permitió al gobierno sacar el Decreto 1760 de julio de 1936 por medio del cual se prohibía la transmisión de noticias políticas. Por ejemplo, la vocería liberal montó en Bogotá su propia emisora

en 1936 "La Voz de Colombia", mientras ya existía en Cali otra emisora con el mismo nombre y con la propaganda conservadora. El Gobierno comenzó a multar a las emisoras que incumplieron, siendo éste el primer control indirecto, pero serio de los contenidos de los programas, especialmente el de los radioperiódicos.

En este momento de la historia, la radio ya había dejado de ser un experimento aislado, se consolidó definitivamente como un ensamblador de la vida nacional, de la vida cultural y de la realidad nacional, sin embargo, la fuerza para convertirse en un instrumento de educación del pueblo, de concientización de sus derechos o representación de su voz dentro de la vida nacional quedó subordinada a los intereses de clases.

En 1938, con la preparación de Alemania para la guerra, se demostró en la realidad el gran poder de la radio en todo el mundo. Señales de onda corta llenaban el espacio con una frenética campaña de beligerancia, que fue automáticamente respondida de igual forma por los países aliados. Latinoamérica solo quedó como espectadora ante los acontecimientos, aunque le llegaba gran cantidad de mensajes nazis en español. A los diez años, en 1948, la muerte de Gaitán produjo el caos que la guerra mundial no había hecho en Colombia.

Durante la guerra, la industria colombiana tuvo que aumentar la producción para compensar la escasez de bienes de consumo, mientras la radio estimulaba el consumo nacional de los mismos productos. La emergencia era tener ante todo un público totalmente cautivo, lo que obligó a cambiar de géneros radiales y a pensar más sobre los contenidos. En este contexto adquirió significado la aparición de las radionovelas, el radioteatro, programas de concurso, "shows" musicales y la reorientación de los noticieros.

En 1945, al mismo tiempo que se trae por primera vez un equipo F.M., nacen las Cadenas Radiales y también nacen las que más tarde serían las emisoras culturales, creadas por diferentes instituciones educativas. La idea y el desarrollo del modelo también fue importado de EE.UU. En Medellín apareció una cadena local, "La Cadena Bedout", cuya finalidad era acaparar la sintonía local para eventos comerciales y buscaba la promoción y venta de radios y discos RCA y originaba un programa a la semana a través de cinco emisoras. Pero las primeras cadenas en forma fueron hechas gracias a la inversión extranjera de Bayer y Kresto, las cuales motivaron la competencia "criolla".

Con la vinculación y participación de intereses industriales, nacen Caracol y RCN, la primera fue formada por la prolongación del periódico "El Liberal" con intereses expansivos sobre la opinión pública, la segunda, formada por esfuerzos de varias industrias y por la idea de competir. Esta lucha se acentuaría más tarde en 1950 con la aparición de Todelar.

El control de la radio se concretó muy explícitamente a nivel legislativo con los Decretos 3518 de 1949, 2167 de 1953 y el más importante: El Decreto 3418 de 1954, el cual sentó la base de la actual legislación radial y quedó expresado el dominio del Estado sobre la radiodifusión: "Todos los canales radioeléctricos que Colombia utiliza o puede utilizar en el ramo de las telecomunicaciones son propiedad exclusiva del Estado". Tampoco faltó a este Decreto el aspecto de Control-Censura similar al ejercido con la prensa escrita: Permitía la transmisión de noticieros, radiorevistas, pero prohibía en forma explícita los comentarios y señalaba que "el Gobierno reglamentará la manera como pueden transmitirse las informaciones, exposiciones y conferencias radiales".

En la mitad del panorama, crecen paulatinamente las radiodifusoras culturales. El Gobierno concede fácilmente las licencias hasta con cierta simpatía, debido al contraste del auge y la actitud comercial del medio radial en ese entonces. Pero las emisoras culturales se sostenían por dos razones, eran apoyadas por instituciones educativas con capacidad económica (o con asignación presupuestal si eran del estado) y además, a la industria le interesaba apoyarlas para que su nombre se escuchara como entidades que velaban los grandes valores de la sociedad y de la cultura.

El General Rojas Pinilla inaugura la T.V. el 13 de junio de 1954 para conmemorar un año del régimen. El terreno estaba preparado para que las grandes cadenas radiales, bien consolidadas económicamente, ensayaran sus primeros trabajos en T.V., siendo Caracol la más favorecida. Llega "El Frente Nacional" después de derrocar al General Rojas Pinilla. El crecimiento de las cadenas radiales es considerable, creando un oligopolio, mientras la programación se caracteriza por tener siempre programas masivos, con temas no profundos y con intereses comunes, era el gran momento de los géneros humorísticos, musicales, deportivos y radionovelas, además, se creó el radiotransistor, lo cual hizo físicamente muy accesible la compañía de la radio a todas las partes del hogar, del trabajo y de otros espacios. Comienzan los estudios de audiencia, mientras la T.V. toma de la radio casi todo su montaje publicitario.

A partir de 1980 muchos de los géneros radiales desaparecen, pues se pensaba que esos mismos géneros le pertenecían solamente a la T.V., es el caso de las radionovelas, los programas de humor y los espacios de la radio infantil.

En la actualidad, la radio colombiana está experimentando un nuevo fenómeno relacionado con el desarrollo de la radio rural y urbana de baja escala, influenciada por la nueva tendencia de autogestión de las comunidades. También la tecnología ha impuesto un nuevo sistema de telecomunicaciones a través del Internet, lo que promete otra clase de estrategias para la innovación de la radio. Los sistemas satelitales han avanzado de manera considerable, lo cual permite la recepción fácil de la producción de las emisoras internacionales, ayudando a una programación globalizante. Las fusiones del medio radial con otros medios, se utilizan para llevar al público contenidos comerciales, didácticos y educativos con gran eficacia.

Las grandes cadenas radiales se han dedicado a los géneros comunes de los musicales, el fútbol y los programas de charla radiofónica. Las emisoras culturales se desarrollan modestamente bajo el ánimo de sus propias instituciones con un gran futuro en el papel educativo de la radio y con buenas oportunidades para una competitividad sana, rescatando algunos géneros que para la radio comercial ya no son rentables.

#### CONCLUSIONES SOBRE EL PROCESO DE RADIODIFUSION EN COLOMBIA:

- a). La radio en Colombia, en muchos aspectos, ha sido una copia fiel de los modelos norteamericanos en el campo de las telecomunicaciones.
- b). El desarrollo de la radio dependió de la articulación del contexto económico e industrial del país y de la tecnología importada desde EE.UU.
- c). La radiodifusión es considerada como una industria liviana, altamente rentable.
- d). La radio es un reproductor y productor de ideología.
- f). Ha sido un agente neutralizador o animador de las reacciones del público ante un acontecimiento.
- g). Es un instrumento potencial para una acción política implícita o explícita.
- h). Actualmente tiene una programación políticamente neutra.

#### LA RADIO EN NUESTRA SOCIEDAD

La Radio como medio masivo puede tener diferentes papeles en nuestra sociedad:

La Radio Une nuestro concepto de pertenencia a... un país, una región, un movimiento social, filosófico, político, etc.

Gracias a que es un medio accesible para todos, Atraviesa fronteras, barreras físicas o geográficas, ideológicas, socioeconómicas y culturales.

La Radio Difunde información de tal manera que muchas veces no es posible la censura por parte de quienes reciben el mensaje.

Tiene un marco de referencia Cultural, en el que cualquier tema complejo o banal, puede ser tratado.

Este medio Denuncia y puede hacer partícipe a la gente en su propia realización, lo cual colabora con la libre expresión de las personas y con la retroalimentación de nuestra conciencia colectiva.

La Radio profesional y responsable, Forma y Educa integralmente a su pueblo  
La Radio Entretiene y crea "ambientes" y circunstancias cotidianas que aportan variedad a las formas de expresion social y humana

FUENTES:

Pareja, Reynaldo. Historia de la Radio en Colombia. 1984, Bogotá. 200 pags.

Tellez B., Hernando. Cincuenta años de radiodifusión colombiana (Edición especial para celebrar los 25 años de Caracol), Ed. Bedout. 1974, Bogotá. 304 pags.

Faus Belau, Angel. La Radio: Introducción a un medio desconocido. 1985, Barcelona. 400 pags.

Fuente: <http://www.tareaescolar.net/tareaescolar/historia%20colombia/HISTORIA%20DE%20LA%20RADIO%20EN%20COLOMBIA.htm>