

El poder de la radio*

*Adriana Lucia Villarraga C***

*Julián Mayorquín Yara****

Resumen

La apología del periodismo del maestro Gabriel García Márquez, quien lo entendía como “el mejor oficio del mundo”, puede tener tanto de cierto como de ingenuo, en especial si se piensa en su praxis cotidiana. Ponerse el traje de informar con objetividad conlleva grandes riesgos, pues sitúa al sujeto en el ojo del huracán y lo deja en la línea delgada que divide la decisión de sostenerse en la verdad objetiva o dejarse permear los grandes poderes de nuestro país. Como se sabe, la radio vive de la pauta, la pauta de la información y la información de la verdad; pero esta misma verdad está conectada con el salario y, por ende, con la canasta familiar de los periodistas. Este artículo intenta analizar las pericias de quienes, al disponerse a diario frente a un micrófono, se la juegan por sobrevivir en la ruleta que puede llegar a convertirse el imperativo de ser neutral y objetivo sin arriesgar el cheque de fin de mes.

Palabras clave: comunicación, medios, pauta, periodismo, poder, radio

Abstract

Gabriel García Márquez's apology of journalism, who understood it as “the best job in the world”, could be both true and naive, especially if you think about its daily practice. Putting on the costume of reporting objectively carries great risks, because it places the subject in the eye of the hurricane and leaves him in the thin line that divides the decision to stand on objective truth or to let the great powers of our country permeate his work. As we know, the radio lives on the pattern, the pattern of information and the information of the truth; but this same truth relates to the salary of the journalists. This article attempts to analyze the skills of those who, by being placed daily in front of a microphone, try to survive in the roulette that can become the imperative to be neutral and objective without risking the end-of-month check.

Keywords: Communication, Guidelines, Journalism, Media, Power, Radio

* Este artículo hace parte de la investigación “Los medios de comunicación como ejes dinamizadores del consumo de publicidad”.

** Profesional en Comunicación Social y Periodismo y magíster en Producción Audiovisual. Docente investigador de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), regional Tolima. Contacto: adriana_villarraga@cun.edu.co

*** Estudiante de noveno semestre de Comunicación Social de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), regional Tolima. Participante activo del semillero Altavoz, dirigido por la docente Adriana Villarraga. Contacto: julian.mayorquin@cun.edu.co



Introducción

Históricamente, la radio ha liderado los medios de comunicación y pese a que ha estado involucrada en un sin número de escándalos, sigue siendo un referente de opinión en Colombia. En Ibagué, una ciudad con una población de educación media-baja y con periodistas empíricos, se ha observado que su condición de capital intermedia paradójicamente acerca y aleja el común denominador de opinión para las conversaciones sociales y de discusión que existe entre sus radioyentes.

Un factor que explica la parcialización de la información que se suministra allí es el escaso sentido de profesionalidad y ética periodística que permea los informativos radiales que consumen los ibaguereños: la fidelización de las audiencias parece una suerte de malsana tradición familiar en la que se acepta la manipulación como una regularidad de la relación existente entre los oyentes y los programas de radio. Bien lo señaló Malcolm X: "Si no estás prevenido ante los medios de comunicación, estos te harán amar al opresor y odiar al oprimido". Esta frase, que puede leerse muy sentenciosa, abre sin duda una reflexión sobre cómo se forja la opinión pública, especialmente aquella que perdura en el tiempo.

Los procesos comunicativos son los que permiten la transformación histórica y la continua "evolución social", esta última entre comillas, debido a que no todo en dicha evolución siempre representa un avance. Las sociedades pueden detenerse en un momento del tiempo e incluso presentar retrocesos en su desarrollo cultural, circunstancias en las que debe mantenerse entre dicho cualquier avance que se dé por parte de la influencia de los medios de comunicación, encargados silenciosos de la construcción social.

Hablar de esto hace difícil mantener por fuera la palabra ética y, para no hacer más largo el camino al punto, se debe traer del pasado otra frase de Gabo que se mantendrá vigente de manera eterna: "para ser periodista hace falta una base cultural importante, mucha práctica, y también mucha ética. Hay tantos malos periodistas que cuando no tienen noticias se las inventan" (García, 14 de abril de 1994, párr. 5).

No es un sermón, es una verdad: es el pensamiento de alguien que caminó en la línea que separa a los literatos de los periodistas. Ambos campos precisan un conjunto de cultura, práctica y ética, elementos indispensables para el desarrollo de una buena labor; pero en el caso de la comunicación informativa, la ética debe tener una dosis doble. El oficio de enviar un mensaje no es tan sencillo como suele ser visto por los profesionales de otras áreas que se han visto también envueltos en la misión de asumir un lugar en los medios y realizar la labor de comunicar; informar requiere estar preparado y tener la profundidad necesaria para elaborar el mensaje.

Especialmente, este último proceso requiere honestidad y transparencia para que sea entendido tanto por el diverso público interesado como por aquellos que se sienten ajenos. La educación propiciada por los medios también dependerá de la que posean los encargados del mensaje. Si se nos permite la analogía, es como si se contratara un domiciliario que no sabe de números ni es orientado, y cuya única cualidad es que sabe manejar rápido. Lo mismo sucede con muchos de quienes trabajan en los espacios informativos, a los que llegan sabiendo leer y repetir, pero no analizar; de esta manera, los públicos suelen quedar en manos de quienes poseen un medio,



pero no un mensaje libre de filtros o intenciones ajenas.

La información es una onda que se esparce por los territorios y pasa de persona en persona; cada uno estará permeado según su nivel cultural y educativo, y sus reacciones estarán en una frecuencia distinta. Pero si esta masa de personas se llegase a sintonizar en la misma onda, resultaría un ejército silencioso de opiniones unificadas. Por ello, los medios de comunicación como la radio poseen una suerte de “magia”, al mismo tiempo llamativa y obvia: obviar el sentido de la vista y, antes bien, privilegiar la escucha estimula la sensación de expectativa, ilusión e imaginación de las personas. Sintonizar una frecuencia radial crea incluso imágenes y colores en los oyentes, lo que da un toque único a la radio.

Puede ser, si se quiere, básica, pero por eso mismo toca los instintos primarios de las personas. Además, tiene un poder aglutinante e incluso evidente, por ejemplo, en su capacidad para llegar en igualdad de condiciones a públicos analfabetos y a los más preparados. No se necesita saber leer; solo se necesita pensar y, por ello, en lugares donde la televisión, la prensa y actualmente el internet no estén al alcance de todos, la radio puede construir todo un mundo.

A través de las ondas, la imaginación es infinita y las sensaciones que causan los personajes, las voces y la música que acompañan al mensaje pueden alterar la realidad del sujeto al que llega la información radial. Esto termina por educar a las masas de países que aun apoyan y estimulan este medio de información. En un suceso histórico, Noruega, en el 2017, “se convierte en el primer país del mundo en abandonar la frecuencia modulada (FM) por un estándar digital, Colombia por su lado fortalece la presencia de

emisoras en todo el territorio y en todos los formatos (Unicauca Estereo, s. f., párr. 2). Esta diferencia entre países, al ser Colombia gestor de mantener las regiones lejanas conectadas con la actualidad nacional e internacional, facilita el desarrollo de la comunicación comunitaria y el tejido de inclusión.

En nuestro país las primeras ondas propagadas se emitieron a comienzos de 1920. Desde allí, la radio se ha fortalecido con la mejora de los receptores y la llegada de algunas tecnologías que permitieron el nacimiento de diferentes emisoras, incluyendo las de difusión nacional. Estas últimas tocaron la puerta de cada hogar a través de sus pequeños transmisores y reprodujeron las voces que informarían los acontecimientos que impactaron la vida de los pueblos y la cultura nacional.

En una cabina de radio, cuando inicia la transmisión de un programa radial, la voz del locutor debe manejar tonos e intencionalidades para poder transmitir el mensaje; si estos pasan a sus sensaciones personales, la influencia que tendrá en la opinión de muchos podría incluso tocar las fibras más delicadas de una nación. Los personajes que son entrevistados, que son parte de la opinión pública, también traspasan pensamientos e ideas que fomentarán movimientos dispersos o unificarán voluntades. Esto hace que quienes escuchan vibren y sientan como propio lo que se emite, se identifiquen y concluyan de manera rápida lo que su condición de receptores pasivos les permite.

Colombia es un testigo vivo de que la radio tiene en sus ondas un poder casi infinito. En ellas, por ejemplo, quedaron registradas para la historia las voces que asumieron la difícil labor de comunicar e interpretar los acontecimientos acaecidos durante el Bogotazo:



La voz de Jorge Eliécer Gaitán retumbó vigorosa a través de la radio, contando su estrategia de campaña poco antes de su asesinato hace 67 años y luego durante los sucesos que siguieron a su muerte, sirvió de altoparlante para que las gentes salieran a las calles a vengarlo y provocar lo que la historia recuerda como el Bogotazo. (RCN Radio, 9 de abril del 2015, párr. 1)

Este suceso que aún se recuerda año tras año, en buena medida creció gracias a la repetición de las voces radiales y su influencia: ellas avivaron el deseo de venganza y justicia que se prolongó desde el asesinato del caudillo. No obstante, las emisoras también fueron usadas como medio de opinión y presentaron durante días y semanas rumores y falsa información.

Cuatro balazos por la espalda le dio el policía conservador mandado por el gobierno conservador, y asesinó a la 1:30 minutos. al salir de su oficina, al doctor Jorge Eliecer Gaitán, ubicada entre las calles 14 y 15 con carrera séptima. ¡¡¡Aló, aló fuerzas liberales izquierdistas de Colombia!!!, se han levantado todas las divisiones de la policía en la capital de la República, a favor del movimiento revolucionario (...) Policía liberal del Tolima, por motivos de la irreparable desaparición del más ilustre hombre de Colombia, doctor Jorge Eliecer Gaitán, debe desencadenarse una revolución sin par en la historia del país, así nos apoderamos de la Radio Difusora Nacional y de los principales sectores del gobierno. Un enorme pelotón de la policía y el ejército nos custodia, apodérense del gobierno sin temor, para derrocar a este infame gobierno, ¡¡¡viva el partido liberal!, ¡a la carga!, ¡a la carga!, ¡a la carga policía liberal del Tolima!!! (Registro Sonoro 11, Toma de la Radio Nacional, citado por Alfonso, s. f., párr. 1)

Frases como estas se repitieron en todos los departamentos de Colombia y propagaron incluso falsas cifras sobre liberales y conservadores

muertos, según fuese el caso, con tal de avivar en cada zona las disputas en las calles entre los particulares y los integrantes de la fuerza pública. Hoy en día todavía se analiza la relación entre este hecho y la radio, medio que participó notablemente en ese gran incendio que aún arde en la memoria del pueblo nacional. Muchas muertes se produjeron incluyendo la de niños: la orden de que no se podía dejar testigos y menos algún familiar que pudiese buscar venganza en el futuro, terminó volviéndose una masacre.

La influencia de la radio es tan grande que tal vez ahora se maneja con cuidado y gran supervisión la apertura de emisoras y espacios radiales, pues tocar la psiquis de las personas es algo que puede crear grandes desastres y sucesos. Hagamos un poco de historia. La ficticia invasión marciana del 30 de octubre de 1938 que anunció el escritor Orson Welles, causó un pánico de magnitudes y alcances semejantes al incendio del Bogotazo. Ambos casos demuestran que la información y los medios terminan por educar y condicionar; el sonido de los altoparlantes que reproduce las noticias de última hora podría entonces equipararse con la llegada del apocalipsis.

Noticia de última hora. A las ocho menos veinte de esta mañana, el profesor Farrell del observatorio Mount Jennings, en Chicago, ha reportado la observación de varias explosiones de gas incandescente a intervalos regulares en el planeta Marte, decía el primero de ellos. (Cernuda, 29 de junio del 2005, párr. 3)

El Tolima pasó y pasa por los mismos sucesos que sitúan la radio como medio de notable influencia social, más aún por tratarse de un territorio que no cuenta con un canal de televisión departamental, lo que hace que las emisoras tengan una cobertura noticiosa bastante amplia. La palabra *disturbio* no se toma con el mismo



significado cuando solo se lee en un periódico –que la pone en negrilla y entre bordes rojos–, que cuando se escucha en la voz preocupada de un locutor que la acompaña de otras palabras como quemados, encapuchados, resguardarse, etc. En efecto, resultan la perfecta combinación para alterar la tranquilidad de una ciudad pequeña.

Las diferentes emisoras de la ciudad, respetadas por ser parte del patrimonio radial del departamento, ayudaron a que las calles quedaran vacías y que los ibaguereños se resguardaran en sus casas o en cualquier lugar donde se pudieran mantener a salvo, cuando de la zona conocida como la Martinica bajaron hombres encapuchados y desconocidos –al parecer armados–, y el CAI de policía era consumido por las llamas –los uniformados tuvieron que escapar de los disturbios y solicitar apoyo–.

Toda la información brindada por la radio, el medio más inmediato de la ciudad, ayudó a que universidades, locales comerciales, oficinas, entre otros, cortaran o dieran por terminado su horario laboral y académico; el pánico hizo que el silencio recorriera las calles de la ciudad musical de Colombia. Estos incendios, en donde dos CAI terminaron en cenizas, produjeron un miedo similar al que tal vez dio inicio al Bogotazo. Colombia parece estar detenida en algunos momentos del tiempo, fenómeno que seguirá influenciando a las generaciones venideras que,

sin saberlo, siguen reaccionando de la misma forma que en aquella época, cuando los parlantes y el perifoneo gritaban a los pueblos “¡ya vienen!, ¡ya vienen!”, pero en realidad nadie nunca llegó.

Mientras que los titulares de la prensa al otro día mostraron fuego y en general solo dos fotos, la radio publicó de inmediato y alertó como favor social que había toque de queda para todos los ciudadanos. Titulares en diarios digitales como la emisora Ecos del Combeima, de gran credibilidad en la ciudad, anunciaban:

Urgente: Quemados dos Cais en Ibagué en la cuarenta y dos con Quinta y en la Cuarta Estadio. Muerte y asesinato aparente por parte de la fuerza pública a un campesino en Castilla, los desmanes en Cajamarca Tolima, la quema de los Cais en la 42 y el de la cuarta estadio. El panorama en la ciudad se ha agravado y al llegar la noche los actos de vandalismo pueden empeorar debido a la oscuridad. (*Ecos del Combeima*, 29 de agosto del 2013, párr. 1)

El primer periódico local puso el siguiente titular: “Escalada de disturbios en Ibagué: Cientos de encapuchados se tomaron distintos sectores de la capital del Tolima quemando dos Centros de Atención Inmediata (CAI) y causando daños en otros tres” (*El Nuevo día*, 30 de agosto del 2013, párr. 1).



Figura 1. CAI de la 37 con carrera cuarta



Fuente: *El Nuevo día* (30 de agosto del 2013, párr. 1)

Sin embargo, los encapuchados nunca fueron vistos; los desmanes e incendios fueron adjudicados a estudiantes de la universidad pública y luego, con videos, se buscaron los verdaderos culpables. El centro de la ciudad estuvo desértico y en la noche las calles parecían las de una ciudad fantasma. El transporte público conducía a toda velocidad para evitar ser incinerado por un fuego inexistente en las calles. El toque de queda anunció la intranquilidad. Una vez más, la radio logró silenciar y obligar a los ciudadanos a estar pendientes de acontecimientos que nunca llegaron.

Hoy por hoy, la ciudad y el departamento cuentan con emisoras y voces que son casi instituciones: abarcan un espacio de importancia tan grande que parecen ser ellos los que emiten las ondas radiales que le dan vida a este medio. Llegaron hace varios años y decidieron quedarse, percutieron la mañana y los diferentes horarios

noticiosos o de opinión; ellos son acompañados por equipos de trabajo conformados por jóvenes comunicadores que difícilmente logran tener un espacio para realizar sus prácticas universitarias. Este es el contexto que enmarca el ejercicio comunicativo de las personas que dirigen los medios de la ciudad; la mayoría no son universitarios, ni tienen un título relacionado con la comunicación, pero, aun así, consolidaron una credibilidad que incluso ha dificultado la toma de decisiones administrativas por parte de los entes y gobernantes.

El cacerolazo es un ejemplo más de cómo la radio hizo que las personas marcharan por las calles (*A la Luz Pública*, 9 de febrero del 2018), pero no en una marcha silenciosa, como la que otrora encabezó Jorge Eliecer Gaitán; esta marcha era para llamar la atención de gobernación y la alcaldía, entidades a las que los protestantes exigieron que salieran a dar la cara frente al enorme

aumento del impuesto predial. En breve, se vio un río de gente caminar despacio, gritando y chiflando con sus facturas en la mano. Sin diferencia social o cultural, en ese momento la causa que estaban publicitando los directores de Ondas de Ibagué, Mauricio Vargas y Héctor

Sánchez, provocó una alteración que pondría en entredicho la decisión de los gobernantes. Sus intervenciones mostraron además las desigualdades sociales enraizadas en la capital musical, en donde barrios de estrato alto tienen más beneficios que las zonas marginadas.

Figura 2. Masivo cacerolazo en Ibagué contra el impuesto predial



Fuente: *A la Luz Pública* (18 de febrero del 2018, párr. 1)

Este suceso también mostró que la palabra debe ser manejada con cuidado; algunos rumores relacionaban a uno de los locutores con abiertas aspiraciones de tinte político. ¿Serían entonces ellos la nueva representación del poeta Jorge Gaitán Durán? Responder esta pregunta exige una investigación bastante profunda y contar con tiempo. Si se llegase a confirmar que un locutor que posee poder se lanza a la política, se demostraría la gran influencia que tiene la radio para permitir el crecimiento y empoderamiento de los entes de poder y las intenciones personales de quienes quieren llegar a ellos.

La radio termina siendo un medio de comunicación que enlaza a todos sea cual sea la distancia, pero también es un medio de poder para influenciar y hacer reaccionar a los públicos que están siempre a la expectativa de las voces. Aún más, en una ciudad pequeña como Ibagué, en donde existen caciques, como dice Alexander Correa Carvajal (2013) en su libro *Radiografía del periodismo*. Correa llama de esta manera a algunos personajes que carecen no solo de estudio sino también de ética; ellos hacen que el mensaje de un medio pierda la postura social que debería tener la acción de comunicar.



En este libro, además de ser una lectura que canta un secreto a gritos, el escritor hace, como bien titula, una radiografía del periodismo. Si nos centramos en el significado del núcleo de la frase, se hace evidente que busca evocar hasta los huesos la estructura que sostiene los medios y, sobre todo, la radio –no solo en Ibagué, sino a cualquier lugar–. En todo caso, no dejemos de lado el tema central: la radio. Como bien lo señala Correa, la radio aquí vive de la pauta; la esfera comercial se ha compenetrado con la canasta familiar de los periodistas, de modo que “si no vendes, pues no ganas, y si no ganas no comes”. Por supuesto, cuando está en juego la lonchera, muchos periodistas profesionales o empíricos amañados venden su alma al mejor postor.

El dueño y gerente de una de las grandes cadenas de mercado de la ciudad fue investigado y luego declarado inocente; vivió en carne propia cómo los medios y en especial la radio fungieron de jueces al malograr la información que daba por culpable al acusado. Campañas mediáticas tratando de dar pruebas de tan terrible suceso quedaron en el vacío cuando el señor Alvarado quedó libre, y también en el mismo vacío el gran ingreso comercial que él representaba. Finalmente, su amplia trayectoria en el mercado le demostró que no era necesaria tanta publicidad, pues su marca ya se vendía sola.

Meses después, Carlos Alvarado regreso a la libertad luego que se desestimaran los cargos, retomando el control de sus negocios. Una de sus promesas medidas, fue suspender la pauta publicitaria, de varios millones de pesos, que Mercacento mantenía en una de las emisoras de RCN Radio de Ibagué. (Correa, 2013, p. 53)

En la misma radiografía, pero con un tema que se observa desde el otro lado del foco, es de recordar la llegada de Anglogold Ashanti al municipio de Cajamarca, población situada a 40 km de Ibagué. Esta multinacional se dio a la tarea de hacer estratégicas inversiones en publicidad e invitaciones a periodistas y directores de medios, a quienes les ofreció dadas que asegurarían el manejo manoseado o acomodado de la información. En las calles era común escuchar que los medios estaban comprados.

Hubo muchas campañas, marchas y performances de ambientalistas y estudiantes en contra de la mina; sin embargo, nada pasaba, pues ante los medios esta empresa era una bendición para los menos favorecidos. En su libro, Correa una vez más exterioriza cómo puede cambiar el punto de vista objetivo de algunos periodistas si se les ha garantizado un tiquete a Brasil con todos los gastos pagos. “En los años 2010 y 2011, Anglogold ideó los viajes a Brasil con todo pago, para conocer los beneficios de una extracción aurífera en el estado de Minas Gerais” (2013, p. 39).

No es un secreto ni un tema nuevo escribir que los medios viven de las pausas y los patrocinios a manos abiertas; que los nuevos profesionales de la radio son analizados comercialmente antes que como buenos comunicadores o investigadores de la información. En todo caso, también vale la pena documentar la naciente fuerza de los medios alternativos que creen para garantizar el derecho de la sociedad a vivir informada; que le apuestan al análisis y la neutralidad que requiere la ética periodística; que se apasionan e indagan por la objetividad de la noticia. No todo está perdido, queridos comunicadores y periodistas: la radio es el acontecimiento que partió y sigue partiendo nuestra historia.



Referencias

- A la Luz Pública*. (18 de febrero del 2018). Masivo 'cacerolazo' en Ibagué contra el impuesto predial. Recuperado de <https://www.alaluzpublica.com/masivo-cacerolazo-en-ibague-contra-el-impuesto-predial/>
- Alfonso, M. (s. f.). Conmemorar el 9 de abril. La indignación es importante pero no suficiente [recurso en línea]. *La Pedagógica Radio*. Recuperado de <http://radio.pedagogica.edu.co/conmemorar-el-9-de-abril-la-indignacion-es-importante-pero-no-suficiente/>
- Cernuda, O. (29 de junio del 2005). El día en que los marcianos cambiaron la historia de la radio. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/elmundo/2005/06/27/comunicacion/1119887341.html>
- Correa, A. (2013). *Radiografía del periodismo*. Ibagué: Panegírico.
- Ecos del Combeima*. (29 de agosto del 2013). Urgente: quemados dos casi en Ibagué en la cuarenta y dos con quinta y en la cuarta estadio. Recuperado de <http://www.ecosdelcombeima.com/judiciales/nota-29526-urgente-quemados-dos-cais-ibague-la-cuarenta-y-dos-quinta-y-la-cuarta-estadio>
- El Nuevo Día*. (30 de agosto del 2013). Escalada de disturbios en Ibagué. Recuperado de <http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/actualidad/judicial/192979-escalada-de-disturbios-en-ibague>
- García, G. (14 de abril de 1994). La nueva novela de García Márquez [entrevista]. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/diario/1994/04/15/cultura/766360814_850215.html
- RCN Radio. (9 de abril del 2015). *Las voces enardecidas de la radio durante el Bogotazo* [recurso en línea]. Recuperado de <https://www.rcnradio.com/colombia/las-vozes-enardecidas-de-la-radio-durante-el-bogotazo-204552>
- Unicauca Estéreo. (s. f.). *El reinado de la radio ahora está en lo digital* [recurso en línea]. Recuperado de <http://www.unicauca.edu.co/sitioemisora/noticias/el-reinado-de-la-radio-ahora-est%C3%A1-en-lo-digital#>