

# **Hacia una propuesta de investigación para la elaboración de la programación de emisoras comunitarias en Medellín (Colombia)**

## **Towards a research proposal for the development of programming of community radio stations in Medellin (Colombia)**

**Cesar Augusto Gaviria**

Universidad de Antioquia

**Wilfer León Arias**

Universidad de Antioquia

**Lina Maria Rendon L**

Universidad de Antioquia

**María Alejandra Barrera**

Universidad de Antioquia

### **Resumen**

El presente artículo es la síntesis de un proceso de análisis de audiencias en la ciudad de Medellín (Colombia). En él se resumen elementos contextuales, teóricos y metodológicos del proceso de estudio que actualmente se adelanta para la creación de las parrillas de programación de dos futuras emisoras comunitarias de la ciudad. Específicamente, la Corporación Simón Bolívar y la Asociación Palco desarrollan este estudio en las zonas de la ciudad que cubrirán las respectivas

emisoras (comunidades 1 a la 10). Como parte de una amplia investigación que irá hasta 2013, esta primera fase de indagación está apoyada en la perspectiva de Estudios Culturales con el fin de establecer las prácticas y apropiaciones de las audiencias de la zona de influencia de ambas emisoras.

### **CONTEXTO DE RADIO COMUNITARIA EN MEDELLÍN**

La ciudad de Medellín se encuentra ubicada sobre la cordillera central de los Andes, al noroccidente de Colombia. Es la segunda ciudad más poblada del país (aproximadamente 2.368.200 habitantes), segundo centro industrial de Colombia, y cuenta con una línea de pobreza del 38,5%<sup>1</sup>. Según su distribución político-administrativa, la ciudad cuenta con 16 comunas en su zona urbana, y 5 corregimientos en el área rural (Santa Elena, Palmitas, San Cristóbal, Altavista y San Antonio de Prado).

Precisamente en este último corregimiento (San Antonio de Prado), nació hace 22 años, la emisora Prado Cultural FM, primera emisora comunitaria de la ciudad. Simultáneamente, otras organizaciones sociales y comunitarias tomaban iniciativas similares a partir del gran potencial político de la radio comunitaria. Fue así como, en diversos barrios de Medellín, también se iniciaron, sin licencias oficiales pero con la legitimidad de sus comunidades, emisoras con un objeto claro en su programación: la promoción de lo comunitario, la reivindicación de los derechos humanos y el encuentro con las expresiones barriales. Empezaba a construirse un acervo radial desde las comunidades de Medellín.

---

<sup>1</sup> Cifra suministrada por el programa Medellín como vamos, alianza interinstitucional privada que tiene como principal objetivo hacer evaluación y seguimiento a la calidad de vida en la ciudad. <http://www.medellincomovamos.org>

Luego, en 1997, aparece Ciudad en Estéreo, emisora comunitaria ubicada en el barrio Kennedy, acompañada por la Corporación Educativa y Cultural Simón Bolívar, y cuyas ondas empezaron a generar tejido social a partir del emblema de la comunicación popular. Sin embargo, un tiempo después fue clausurada por no tener licencia por parte del Estado.

Estas experiencias de comunicación ciudadana hasta entonces acumuladas y el trabajo conjunto de organizaciones locales apoyadas en los principios constitucionales de la Carta Magna de 1991 en torno a los derechos de la ciudadanía, motivaron la búsqueda de licencias de radio comunitaria en Colombia. Fue así como en 2007, bajo la sentencia de tutela (T-640) de la Corte Constitucional, se permitió la apertura de convocatoria pública para obtener licencias para emisoras comunitarias en varias ciudades del país.

La convocatoria pública No. 01 de 2008, por parte del Ministerio de Comunicaciones<sup>2</sup>, representaba un importante logro en materia del derecho a la comunicación y la información de las comunidades, al permitir comenzar el proceso de seleccionar propuestas presentadas por comunidades organizadas para la prestación del servicio comunitario de radiodifusión sonora en frecuencia modulada (F.M), por primera vez en la historia del país, en cuatro ciudades capitales: Bogotá, Barranquilla, Cali y Medellín. En otras palabras, se abría paso la radio comunitaria de ciudad hecha por organizaciones del país que cumplieran todos los requisitos sociales, técnicos y jurídicos.

---

<sup>2</sup> Desde el 30 de julio de 2009, fecha en la que el Presidente de la República sancionó la Ley 1341, el entonces Ministerio de Comunicaciones se convirtió en Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Al año siguiente, la Resolución 001510 del 4 de junio de 2009 del Ministerio de Comunicaciones, otorgaba la viabilidad de concesión del servicio comunitario de radiodifusión sonora en la ciudad de Medellín a las siguientes organizaciones sociales:

Corporación Simón Bolívar para el área de servicio 1 (comunas: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7) zona norte de la ciudad.

Asociación Palco para el área de servicio 4 (comunas 8, 9 y 10) Zona centro de la ciudad.

Corporación radial de Prado para la comunicación y el desarrollo comunitario- Corprado- para el área de servicio 3 (comunas 14, 15 y 16). Zona sur de la ciudad.



DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS COMUNAS DE MEDELLÍN<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Las licencias de radio comunitaria que se otorgaron para las ciudades capitales, de acuerdo con el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada, son estaciones Clase D; es decir, aquellas destinadas a cubrir con parámetros restringidos áreas urbanas y/o rurales, o específicas dentro de un municipio o distrito. Es así como a la ciudad de Medellín le fueron asignadas cuatro áreas de servicio para emisoras comunitarias, para finalmente dar viabilidad a las tres anteriormente mencionadas. De esta manera las organizaciones sociales y comunitarias con viabilidad de la concesión cumplieron con toda la documentación técnica, jurídica y social (estudios técnicos, aprobaciones de entidades como la Aeronáutica Civil, conformación de junta de programación, construcción del manual de estilo y código de ética) dispuesta por el Ministerio de Comunicaciones, para finalmente en el mes de junio de 2011, recibir la resolución por la cual se otorga licencia y se aprueba el Estudio Técnico para la prestación del servicio comunitario de radiodifusión sonora en gestión indirecta a las comunidad organizadas seleccionadas. Paralelamente a todo el proceso técnico y jurídico con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC), las organizaciones sociales adjudicatarias de licencia en el país, han estado desarrollando estrategias para la gestión integral de la radio comunitaria.

A partir de allí, con el ánimo de impulsar diversas dinámicas ciudadanas (políticas, económicas, sociales y culturales), y basadas en el legado de la radio comunitaria en América Latina, la Asociación Palco y la Corporación Simón Bolívar se articularon para movilizar propuestas de radio comunitaria en Medellín.

En primer lugar, conformaron una sola junta de programación<sup>4</sup>, de las emisoras comunitarias de la zona norte y centro de Medellín: La Esquina Radio (101.4 FM otorgada a la Asociación Palco) y Zona Radio (88.4 FM otorgada a la Corporación Educativa y Cultural Simón Bolívar). Allí se cuenta hoy con la representación de aproximadamente 25 organizaciones de diversos sectores sociales de la ciudad: justicia, salud, desarrollo comunitario, DDHH, académico, género, jóvenes, infancia, discapacidad, participación ciudadana, servicios públicos, ecología, infraestructura, transporte, educación, entre otros. Esta junta está distribuida en 4 comités temáticos: Contenidos, Investigación y formación, Agenda política y Gestión social y económica. Ello ha permitido una mayor participación de cada una de las organizaciones en la dinámica de la junta de programación y un trabajo organizado que dirija las emisoras dentro de un proyecto comunicativo enmarcado en los derechos humanos y la participación comunitaria, buscando su fortalecimiento social, sostenimiento económico e incidencia política dentro del territorio.

Desprendido de lo anterior, y con el fin de asegurar el sentido democrático y pluralista del servicio comunitario de radiodifusión sonora en ambas emisoras, se han desarrollado estrategias de creación colectiva y participación activa de la comunidad de las zonas de incidencia. Estrategias como:

---

<sup>4</sup> Junta encargada de la formulación y seguimiento de políticas, planes y programas en materia de programación, y de velar por el cumplimiento de los fines del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora.

-Laboratorio sonoro: espacio de investigación, interacción y creación colectiva conformado por personas, grupos y colectivos de los distintos barrios de la ciudad, que cuentan con diversos conocimientos artísticos y buscan construir la identidad sonora y visual de las emisoras comunitarias, como una apuesta colectiva de comunicación popular.

-Producción radial y construcción de la parrilla de programación mediante la estrategia de escuelas radiofónicas: son espacios de formación radial que promueven el desarrollo de competencias comunicativas y el conocimiento del lenguaje radiofónico, en las comunidades de las zonas de incidencia de las emisoras comunitarias; buscando la inclusión de niños, niñas, jóvenes y adultos, en la construcción de la parrilla de programación de las emisoras, con programas que evidencien, la pluralidad cultural de la ciudad de Medellín y la construcción colectiva de una radio divertida, con calidad técnica, y con contenidos alternativos, críticos y educativos, que promuevan el desarrollo, la convivencia y la democracia en sus comunidades.

- Estrategia de legitimación y participación territorial de la emisora comunitaria: busca la legitimación y participación territorial en la propuesta de emisora comunitaria en las 10 comunas de influencia (zona norte y centro) a partir de la movilización territorial y la producción radial. Las organizaciones, redes y personas naturales, que en estas comunas desarrollan producción radial y les interesa movilizar temática y operativamente las emisoras comunitarias en su entorno, se organizan en comités comunales o zonales llamadas: "ondas". Esta metodología favorece la descentralización de la emisora en aspectos de producción, movilización y participación.



- Construcción colectiva del manual de estilo y código de ética: Este documento fue elaborado mediante un proceso de participación y consenso entre las organizaciones sociales pertenecientes a la Junta de programación, que busca establecer las normas que rigen el que hacer radial comunitario. Contiene, además, las líneas generales que sustentan el proyecto comunicativo de las emisoras comunitarias, en concordancia con los deberes y derechos ciudadanos en la búsqueda de un desarrollo social sobre la base de lo comunitario, lo público, el individuo y sus relaciones con el contexto, para que se den reales diálogos con la globalidad desde lo local. Es, por tanto, el derrotero en el que los comunicadores comunitarios sustentan sus propuestas de contenidos a las emisoras.

- Investigación de audiencias: La Corporación Simón Bolívar y la Asociación Palco se han puesto en la tarea de realizar una investigación con el fin de conocer las audiencias en las áreas de influencia de las emisoras comunitarias, para poder identificar y comprender sus características culturales, económicas, políticas y sociales, y generar así un proceso de radio comunitaria dialógico y legítimo que genere apropiación y participación de los habitantes en la propuesta; y acercase a los líderes de opinión en los barrios como gestores de legitimación del proyecto de radio comunitaria. Dicha investigación consta de tres fases (2011-2012-2013), de las cuales la primera se encuentra en desarrollo. Precisamente el respaldo teórico de esta fase es objeto de exposición de los siguientes apartados en escrito.

## **COMUNICACIÓN POPULAR Y CIUDADANÍA**

La radio, el periódico o el video, ¿son un fin o un medio? En contra de la perspectiva que se ha centrado más en la primera, nuestra posición es la retoma de la centralidad del segundo elemento: la prioridad de lo social frente a la técnica.



Es la respuesta por aquello que quieren decir los sectores populares en los medios, el rumbo hacia donde debe encaminarse la palabra, la función del medio frente a las realidades latinoamericanas.

Todo esto lo condensa la *comunicación popular* sobre la que Mario Kaplún da luces. “La verdadera comunicación- dicen-no está dada por un emisor que habla a un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia y a través de medios artificiales). Es a través de ese proceso de intercambio como los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria” (Kaplun, 1985: 68)

Cuando esta existencia social, colectiva es conversada y analizada, el medio cobra valor y sentido, porque deja de ser un fin y se convierte en un canal donde todas esas certezas, necesidades, experiencias, relatos de lo comunitario emergen y son puestas en discusión con el Estado para ser escuchados. Así, la *comunicación popular* es desarrollada como herramienta por las comunidades, como tamiz que busca generar conciencia sobre la realidad, superando la razón instrumental y el uso de la cultura como instrumento de cooptación de lo popular. “Los sectores populares no quieren seguir siendo meros oyentes; quieren hablar ellos también y ser escuchados. Pasar a ser inter-locutores, junto a la “comunicación” de los grandes medios, concentrada en manos de unos pocos grupos de poder, comienza a abrirse paso a una comunicación de base; una comunicación popular, comunitaria, democrática”.(Kaplun, 1985: 67)

Complementario a lo anterior, el concepto de *ciudadanía* hace referencia a una serie de expresiones sociales por la reivindicación de derechos que han sido obviados por el Estado o por las grandes empresas de comunicación, quienes con

su excesiva carga de información, en muchas ocasiones superflua, que tal como decía Baudrillard “devora lo social” (Martín-Barbero), lleva a una ‘implosión de la matrices culturales. Acerca del concepto de ciudadanía, afirma López Vigil: “El concepto de ciudadanía supone una inversión radical, un giro copernicano en las relaciones de autoridad, los gobernados dejan de ser objetos sometidos al poder para convertirse en sujetos y titulares de poder. Pasan de súbditos a ciudadanos y ciudadanas” (López Vigil, 2004:172)

Esta inversión y titularidad del poder desde el sometido, sólo es posible en un escenario donde las prácticas de trabajo comunitario reafirmen su autonomía y que a través de los medios, en particular la radio, ejercen la ciudadanía conversando y discutiendo lo cotidiano, las reivindicaciones, las luchas, los movimientos de lo cultural con lo político. Ejemplo de ello, el caso de las radios comunitarias de México, Bolivia y Argentina.

Con todo lo anterior, entendemos por *radio ciudadana*, una radio con una clara perspectiva social en pro de la defensa de los derechos de todos los ciudadanos, derechos que los medios tradicionales, en su ánimo mercantilista, no han reconocido suficientemente por darle prioridad a los hábitos y gustos de sus ‘oyentes’. Así, la *intermediación* en la radio ciudadana o comunitaria, es el ejercicio de lo social en la radio, desde un periodismo responsable y consciente de la realidad, dejando atrás todo sensacionalismo y esas dos fórmulas del radio tradicional que son entretener y solamente informar. La *intermediación* se plantea como herramienta de escucha. Por eso no puede ser sensacionalista, ni exclusivamente coyuntural, porque parte del derecho irrenunciable a la palabra y la experiencia que poseen las comunidades.

## DE LOS ESTUDIOS CULTURALES A LA RADIO COMUNITARIA

La propuesta que a mediados del siglo XX encabezaron los Cultural Studies en Birmingham, Inglaterra, apuntaba a la indagación por las manifestaciones culturales no elitistas, y en particular por la relación entre la comunicación y la cultura de las mayorías. Hasta entonces los estudios de los Mass Communication Research encabezados por Paul Lazarfeld en Estados Unidos, concentraban la atención de los avances de la investigación en el área de la comunicación en el mundo.

Richard Hoggart, E.P. Thompson, Raymond Williams y Stuart Hall fueron los mayores representantes de la que se denominaría la Escuela de Birmingham. Aparecían en el escenario intelectual toda una serie de inquietudes acerca de los 'invisibilizados': las clases populares, los trabajadores, las mujeres. Aunque los estudios de la Escuela de Birmingham mostraron en sus inicios su inspiración marxista, su pretensión los llevó a superar dicha perspectiva a partir de una crítica a la teoría de la cultura marxista clásica (Alsina, 2001: 205) En esta línea, entendieron las expresiones de la cultura *popular* -como la literatura o los medios de comunicación- como manifestaciones representativas de la estructura profunda de la respectiva cultura y sociedad. Mendez Rubio (2004) plantea tres características fundamentales de los Estudios Culturales:

1. Una perspectiva no elitista sobre la cultura reivindicando las mediaciones y formas de recepción productiva (*agency*).
2. Una deliberada inclusividad epistemológica abierta al bricolaje de métodos y enfoques.
3. Una reconexión entre teoría y práctica en un sentido amplio y cotidiano.

Contrario a la fuerte creencia en la omnipotencia del emisor (propia del modelo tradicional de la comunicación), el poder del destinatario no garantizaba la eficacia

de su trabajo, pero tampoco los destinatarios podían llegar a igualar ese poder en la posición asignada por el sistema massmediático. Por esta vía, el significado del discurso masivo no era algo prefijado por quien emite, “sino el resultado de una negociación constante y variable entre la posición y el contexto de ese emisor, por un lado, y las posiciones subjetivas y contextuales de los receptores, por otro.” (Mendez Rubio, 2004:146)

Todo lo anterior fundamentó en Latinoamérica una serie de análisis que en años recientes han indagado por la presencia de la dimensión cultural en los procesos de la comunicación a todo nivel. A diferencia de las propuestas de los análisis massmediáticos de inicios del siglo XX, en los últimos 40 años hemos presenciado el desarrollo de múltiples estudios acerca de las apropiaciones y las prácticas, la creación y la recreación, de los medios en la cotidianidad de las gentes. Nestor García Canclini y Jesus Martín-Barbero son dos grandes exponentes continentales de esta área.

Tanto García Canclini como Martín-Barbero, coinciden en redefinir el concepto de ‘consumo’, tradicionalmente ubicado en el estricto orden de lo económico, para concebirlo como una acción de las gentes por reformular lo que el sistema de mercado ‘procesa’ por y para ellos. “El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos; lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales”. (Martín-Barbero, 2010: 249)

La perspectiva adoptada se dirige, por decirlo de alguna manera, a una lectura culturalista de los *destinatarios* (no *receptores*, como lo definía el modelo

tradicional), quienes no sólo reciben sino que asumen los contenidos mediáticos según el acervo cultural, colectivo o individual, que los caracteriza. Es decir, esta es una lectura activa, no pasiva, del destinatario.

Es así como, en su intención por repensar la sociedad desde la comunicación, la perspectiva de Estudios Culturales abandona el mediacentrismo: los análisis de ese tipo se alejan de los efectos y las reacciones en las que se centró la Teoría de los Usos y Gratificaciones (Katz) a mediados del siglo XX, para ubicarse en el ámbito de la cultura, “de los conflictos que articula la cultura, de los mestizajes que la tejen y las anacronías que la sostienen, y en últimas del modo en que trabaja la hegemonía y las resistencias que moviliza, del rescate por tanto de los modos de apropiación y replica de las clases subalternas”. (Martín-Barbero, 2010: 259)

El estudio de Valerio Fuenzalida (2005), a partir de la etnografía, muestra, por ejemplo, aspectos de educación y entretenimiento de los telespectadores de hogares en Chile, estableciendo las expectativas individuales y grupales de cada familia en torno a la televisión.

*“La revisión de algunos segmentos de audiencia, muestra una expectativa educativa hacia la televisión muy interrelacionada con la situación cotidiana del hogar, con las motivaciones existenciales en diversas épocas y momentos vitales, y con los horizontes laborales. A diferencia de la enseñanza escolar y de la capacitación laboral, las expectativas educativas situacionales están entretejidas con formas televisivas de entretenimiento. Y en todos los casos, la potencialidad educativa situacional se acrecienta en la medida en que exista una conversación con una discusión mediadora.”<sup>5</sup>.*

---

<sup>5</sup> FUENZALIDA, Valerio. Expectativas educativas de las audiencias televisivas. Bogotá: Norma, 2005, p. 131-132

A partir del término *mediaciones*, de Martín Serrano (1977), Martín-Barbero propone que existen relaciones de diverso nivel en los procesos cotidianos de la comunicación, entendidas las *mediaciones* como “los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de los medios”; los lugares de convergencia entre, por ejemplo, la familia, la técnica, y el tiempo. (Martín-Barbero, 2010: 251)

En su lectura de la cultura popular en las ciudades latinoamericanas de hoy, reflexiona acerca de los entrecruzamientos en los diferentes niveles del contexto urbano: desde la relación con el Estado, desde las prácticas religiosas, desde lo laboral, desde sus resistencias al cambio, desde el mantenimiento de la cultura oral, desde las ofertas culturales de los medios masivos, desde sus distancias y cercanías con las nuevas tecnologías, y otros niveles de diverso orden. Con todo ello, la cultura popular muestra la complejidad de la configuración de gustos e imaginarios, “que han dibujado un mapa bien diferente de aquel al que nos tiene acostumbrados la retórica desarrollista, un mapa expresivo de las discontinuidades y los destiempos como también de las secretas vecindades e intercambios entre modernidad y tradiciones, entre el país urbano y el país rural.” (Martín-Barbero, 1998: 54).

Para el caso de Colombia, la realidad nacional nos enfrenta al análisis de la radio en un escenario de fragmentación y aislamiento producto de las desiguales acciones compensatorias del Estado, la profunda aplicación del actual modelo mercantilista y las reclamaciones sociales por un país más justo. En ese contexto, los medios masivos (la radio, para nuestro estudio), se han convertido en dispositivos privilegiados de construcción de nación, espacios capaces de ofrecer “formas de contrarrestar el aislamiento de las poblaciones marginadas

estableciendo vínculos culturales comunes a la mayoría de la población” (Barbero, 1998: 63).

A esta altura surge una primera inquietud: ¿Cómo aplicaríamos todo lo anterior al caso particular de la radio comunitaria? Para responder a este interrogante, empezamos por registrar las cuatro fases históricas de la radio en Colombia establecidas por Ana María Lalinde (1989). La primera fase se caracterizó por una radio cultural con énfasis en el concepto de lo culto, es decir una radio al estilo europeo donde se presentaba música clásica, poesía, teatro y programas religiosos. La segunda etapa se da en la década del 50 y se plantea como un medio popular masivo, que servía para formar, informar y entretener. La programación de esta etapa posibilitó “el paso de culturas rurales a culturas urbanas, dando comienzo al sentimiento nacional, convertido cotidianidad. Aparecieron los radioteatros, las radionovelas, los programas en vivo; como los concursos y los musicales, los consultorios sentimentales y los servicios de transcripción ofrecidos por embajadas extranjeras”. En los años 70 se inicia la tercera fase: la radio especializada por géneros; hay emisoras musicales, aparecen las emisoras básicas creadas para ser escuchadas en familia y se comienza a formar las grandes empresas privadas de comunicaciones en Colombia, una de ellas fue Caracol, quien compra los equipos de radio Sutatenza, la única emisora que tenía un fin no comercial y sus principios eran educativos bajo el modelo de educación popular. Esta emisora inspiró la creación de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).

En la última fase, el rumbo que toma la radio después del 90 es informativo y de entretenimiento, las cadenas Caracol radio y RCN, son actualmente las dueñas del 80 % del espectro radiofónico en Colombia, negocio que genera altos



dividendos y el poder sobre la información en el país. Estas cuatro fases históricas de la radio muestran que aún hoy los medios están en deuda con el ciudadano de a pie, quienes no han vivenciado procesos de mayor acercamiento y apropiación de aquellos.

El reto de nuestra investigación se encuentra, entonces, en la consolidación de una línea de indagación hasta ahora poco explorado: cotidianidad y radio, con el *plus* de que la radio que nos convoca a esta indagación es radio -de y- para la participación comunitaria, no con fines comerciales. En una época en la que la legislación colombiana (como se ha dicho antes) ha brindado la posibilidad de espacios mediáticos específicos para la participación ciudadana, la combinación de la propuesta de Estudios Culturales y radio comunitaria es oportuna.

En tal sentido, el libro de Rosalía Winocur "Ciudadanos Mediáticos: La construcción de lo público en la radio" representa una guía significativa en el área en se desenvuelve esta investigación. En dicho libro se reflexiona acerca de la influencia de la radio en la cotidianidad en los nuevos sentidos emergentes de la política, las identidades, los derechos de las minorías, el consumo y el espacio público en general; un análisis de las imbricaciones "de los múltiples discursos, donde se mezclan flujos de información contradictorios provenientes de diversos ámbitos de poder, los movimientos sociales, la vida cotidiana y los propios medios de comunicación". (Winocur, 2002: 15-16)

Pensando en el objeto particular de este estudio y la perspectiva teórica adoptada por esta investigación: ¿Qué lugar ocupa la radio en la casa: central o marginal, preside la sala en que se hace la vida social, se refugia en el dormitorio o se

esconde en el armario de donde se saca solamente para oír algo muy especial?<sup>6</sup>  
A partir de allí se agregan otras inquietudes tales como ¿qué esperan las audiencias de la radio en Medellín?, ¿qué apropiaciones hacen de lo que reciben de la radio?, ¿cómo incluyen lo que la radio les ofrece en su cotidianidad?

### **ESTADO ACTUAL DE LA INDAGACIÓN**

Según las características sociales, políticas, culturales y económicas de siete comunas de la zona norte de Medellín, consideramos que el grupo de discusión es el método de investigación social que mejor nos permite crear una situación dialógica sobre la radio y sus mediaciones, en grupos temáticos y poblacionales específicos que sean importantes para las condiciones sociales de la zona. Para ello, el trabajo de campo se ha subdividido de los siguientes grupos:

- Poblacionales: Mujeres, Adultos mayores, niños y niñas, Jóvenes, Etnias y Tribus Urbanas
- Temáticos: Educación, Cultura, convivencia y deporte, salud, Medio Ambiente, Economía, Derechos Humanos y Justicia, participación social y comunitaria, medios de Comunicación

A partir de lo anterior, próximamente se adelantarán las siguientes actividades:

- Se realizarán 14 mesas de trabajo previas articulando el grupo poblacional o temático de toda la zona
- Grupos de discusión por comuna: 14 (seis poblacionales y ocho temáticos)
- Grupos de discusión zona norte: 98 grupos en total
- Muestra poblacional a la que se espera que participe en los grupos de discusión por toda la zona norte de: 10000 personas

---

<sup>6</sup> Esta pregunta surge del ajuste de una de las inquietudes de Martín-Barbero centrada en la apropiación cotidiana de la televisión.

Finalmente, esta fase de recolección de información directa a la población de las zonas de influencia de las emisoras, se hace con el apoyo de más de 60 organizaciones comunitarias, derechos Humanos, culturales, de comunicaciones, etc. También se cuenta con el apoyo de la junta de Programación, la Universidad de Antioquia, y la Universidad Luis Amigó, de Medellín.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ALSINA, Miquel Rodrigo. Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas. España: Universitat Autònoma de Barcelona, 2001

FUENZALIDA, Valerio. Expectativas educativas de las audiencias televisivas. Bogotá: Norma, 2005

KAPLÚN, Mario. El Comunicador Popular .Quito: Colección Intiyan, 1985

LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. Ciudadana Radio, el poder del periodismo de intermediación. Hecho el depósito legal en la Biblioteca nacional del Perú. 2004

LALINDE, Ana María. Radio informativa y participación ciudadana. EN: MARTÍN-BARBERO, Jesús, LOPEZ DE LA ROCHE, Fabio (coord.) Cultura, Medios y sociedad. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 1998

MARTÍN-BARBERO, Jesús. De los Medios a las Mediaciones-Comunicación, Cultura y Hegemonía. Barcelona: Editorial Anthropos, 2010

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicación y ciudad: sensibilidades, paradigmas, escenarios. EN: GIRALDO, Fabio, y VIVIESCAS, Fernando (Comp.). Pensar la ciudad. Bogotá: Tercer Mundo, 1998

MENDEZ RUBIO, Antonio. Perspectivas sobre comunicación y sociedad. España: Universitat de Valencia, 2004