**[LA RADIO EN EL DEPARTAMENTO](#HIP_T000057)**

Los medios de comunicación social han jugado papel importante en el mundo, desde aquellos existentes antes de la revolución industrial como los surgidos luego de ésta y que posibilitaran los desarrollos tecnológicos y de presentación de los contenidos de los cuales se goza hoy día, iniciando por la prensa, luego la radio, el cine y la televisión, además de todos los que en la actualidad y gracias a la aparición de internet recogen en sus discursos y prácticas los diversos elementos multimediales que han ayudado a la transformación de las sociedades de la información y del conocimiento.

Dentro de este panorama la radio es uno de los medios de comunicación social que mayor impacto ha tenido a lo largo de su casi ya un siglo de existencia en el mundo, dadas las facilidades que ofrece para su recepción y hasta las mismas posibilidades de participación que genera en diferentes escenarios para las propias comunidades.

Colombia, uno de los últimos países en esta parte del planeta donde el invento hizo presencia ha sido, sin embargo, de los territorios que ha representado para la radiodifusión mayores avances en campos como la producción y la implementación de adelantos tecnológicos.

En esta parte del documento que sirve también como soporte para el proceso de creación y desarrollo de un Observatorio Regional de Medios impulsado desde el programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona se da cuenta del estado de la radio en el departamento Norte de Santander, teniendo en cuenta para ello los antecedentes propios de dicho servicio, el marco legal que permite su regulación a instancias del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, así como el desarrollo radial en la zona, además del panorama que ofrece hoy día.

**Antecedentes**

La radio en el mundo tuvo su aparición como consecuencia del trabajo de varias personas en el siglo XIX que contribuyeron para que el sonido reproducido en una parte pudiese ser recepcionado y decodificado en otro. Fue así como en 1912 se conocieron las primeras señales públicas que eran originadas de aparatos instalados en el transporte marítimo y también en algunas estaciones terrestres de comunicación, según dan cuenta historiadores del medio. Nombres como los de Guglielmo Marconi aparecen cuando se habla del nacimiento de dicho medio de comunicación, aunque no se le puede considerar como su único inventor. Deben mencionarse otros como los de Enrique Hertz, Righi, Lee deForest y John Fleming, por ejemplo.

Sin embargo, es hasta 1920 cuando se entregan en Estados Unidos de Norteamérica algunas frecuencias de carácter exclusivo a estaciones de este orden. “La primera emisora con servicio regular fue la KDKA de Pittsburgh, instalada en un garaje de la Westinghouse” para dar cuenta del proceso electoral estadounidense de carácter presidencial (López Vigil, 2005: 13). Ya en 1922 es cuando se puede hablar de manera concreta del surgimiento de la radio comercial también en ese país y en el mundo. En esa misma época llega la radio a América Latina a países como Argentina, México y Cuba. Los últimos territorios en contar con el entonces naciente medio de comunicación fueron Colombia y Nicaragua.

Para el caso colombiano, la primera emisora en operarse fue la HJN en septiembre de 1929 bajo el mandato del entonces Presidente de la República Miguel Abadía Méndez. Esta frecuencia en 1940 se convertiría en la que hoy conocemos como Radio Nacional de Colombia. Ahora, la primera radio comercial en el país nace también en 1929, mes de diciembre, en la ciudad de Barranquilla con el nombre de HKF que sería conocida también como La Voz de Barranquilla.

Al comenzar la década del cuarenta fue más claro para el Estado que debía echar mano de un medio de comunicación para hacer la conexión centro-periferia y esa tarea fue encomendada a la Radiodifusora Nacional cuyo proyecto comenzó en 1940, diez años después de haberse dado inicio a la primera emisora oficial. (Castellanos, 2001 p.16).

Aunque hubo manifestaciones de radio cultural fu sin duda alguna el manejo comercial lo que empezó a identificar el manejo de la radio en las cartas de programación que las distintas emisoras ofrecían a las audiencias. A mediados de los años 70 la radio colombiana empezó a especializarse en el sentido que ya varios medios no ofrecían espacios para todo tipo de público, de forma especial en lo musical, sino que empezaron a segmentar sus contenidos y, con ellos sus públicos.

Sin embargo, como se advierte en diversos estudios:

Desde los comienzos de la radio en Colombia, las empresas dueñas de las emisoras comerciales y, posteriormente de las cadenas eran a la vez dueñas de empresas de otros tipo de bienes y servicios. Tener el control del medio mediante el cual se publicitan los productos era y es de vital importancia. En buena medida esto explica por qué los grandes grupos económicos de Colombia adquirieron las principales cadenas de radio y los canales de televisión. (Ministerio de Cultura, Convenio Andrés Bello, 2003. p. 173).

De todas formas la evolución de la radio colombiana ha sido innegable y ha gozado durante todos estos años de reconocimiento en el campo internacional, no solamente por sus desarrollos tecnológicos sino también por la calidad de sus producciones.

MARCO LEGAL

El servicio de telecomunicaciones en el país en materia de reglamentación está centralizado; es decir, depende para su legislación de los trámites que se adelanten en el Congreso de la República en materia de discusión y aprobación de las leyes, para que con posterioridad las entidades competentes direccionen en ese orden de ideas las correspondientes acciones que permitan hacer operativas las herramientas del caso a través de decretos y resoluciones, en este caso los que expide el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, antiguo Ministerio de Comunicaciones.

En primera medida cabe mencionar que a través de la Ley 1341 expedida el 30 de julio de 2009 el Congreso de la República definió los principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones en Colombia, entre otras disposiciones orientadas a la determinación del marco general para la formulación de las políticas públicas en este sector, como se advierte en el mismo artículo primero del documento en referencia.

El título octavo de la Ley está dedicado exclusivamente al servicio de Radiodifusión Sonora estableciendo los principios de la misma en el artículo 56.

Salvo lo dispuesto en la Constitución y la Ley es libre la expresión y difusión de los contenidos de la programación y la publicidad en el servicio de radiodifusión sonora. Los servicios de radiodifusión sonora contribuirán a difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y a fortalecer la democracia. En los programas radiales deberá hacerse buen uso del idioma castellano.

Por los servicios de radiodifusión sonora no podrán hacerse transmisiones que atenten contra la Constitución y las Leyes de la República, o la vida, honra y bienes de los ciudadanos (Ley 1341 de 2009).

Dentro de esta dinámica legal se mantiene el hecho que los concesionarios del servicio puedan ser personas naturales colombianos o jurídicas debidamente establecidas en cualquier parte del país, disponiéndose para ello de procesos de selección objetiva en cuanto la adjudicación de frecuencias en las bandas donde se ha venido operando en el territorio nacional: amplitud modulada y frecuencia modulada.

Esta normativa está precedida por lo que reza la misma Constitución Política de 1991 en sus artículos 20 y 75. En el primero de ellos se establece que:

Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura. (Constitución Política, 1991).

Por su parte, el artículo 75 consagra:

El espectro electromagnético es un bien público inajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia el Estado intervendrá por mandato de la Lay para evitar prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético. (Constitución Política, 1991).

La inspección, vigilancia y control del servicio de radiodifusión sonora está bajo la responsabilidad del Ministerio, organismo que realiza visitas periódicas a las emisoras para revisar aspectos relacionados con la documentación, pago de diferentes conceptos y el desarrollo técnico de las mismas dentro de los parámetros establecidos al momento de otorgarse las concesiones, de forma principal.

Ahora bien, la Ley 1341 de 2009 ha sido reglamentada para el caso de la radio a través de la resolución 00415 del 13 de abril de 2010 que, a su vez, derogó el decreto número 2805 del 31 de julio de 2008. Entonces, la resolución vigente fija la expedición del Servicio de Radiodifusión Sonora en Colombia y bajo los parámetros que allí se dictan deben orientar sus acciones empresariales, institucionales y sociales los medios de comunicación que originan la transmisión de sus señales en el territorio nacional.

La radiodifusión sonora se entiende dentro de este marco legal como un servicio de carácter público en el sector de las telecomunicaciones que bajo la titularidad del Estado busca la satisfacción de las necesidades que en dicho orden presenten las comunidades, entendiéndose que las emisiones que se registran en las emisoras van orientadas a un público general o, por lo menos, cualquier persona que tenga un transistor puede decodificar las señales que estén dentro del alcance, en materia técnica.

La difusión de la cultura, el pluralismo en la difusión de informaciones y opiniones, la responsabilidad social de los medios frente a lo que dan a conocer, el respeto a las diversas ideas y concepciones en los político, religioso, étnico, social y cultural, la libre expresión de las personas, entre otros aspectos más, integran los llamados principios de la radio colombiana y definidos desde la parte normativa de la misma, que además de los procedimientos legales ya referidos se ampara también bajo otras disposiciones como la Ley 80 de 1993, la Ley 1098 de 2006 y la Ley 1150 de 2007.

Antes de entrar en detalle con la presentación de la radio en Norte de Santander, caben precisar otros aspectos generales que a nivel nacional y, por supuesto, regional, permiten entender y dimensionar los alcances de la radiodifusión de los cuales el común de las personas no tienen conocimiento, pensando en consecuencia que todas las emisoras guardan los mismos propósitos o intereses y emiten sus señales al aire para hacer difusión de lo mismo.

En primer lugar se hace necesario señalar que las emisoras en Colombia tienen cuatro parámetros básicos para definir su funcionamiento, los cuales están claramente establecidos en la reglamentación expedida, capítulo segundo, y los cuales se presentan como la manera en que se clasifica el servicio: en función de la gestión, la orientación de programación que se tenga, el área de cubrimiento autorizada y la tecnología de transmisión utilizada.

Según la gestión del servicio las emisoras pueden ser de carácter directas o indirectas. Las de tipo de gestión directa responden al hecho que el estado delega la administración de las frecuencias a entidades oficiales y/o públicas otorgando de forma directa la concesión o licencia, esto quiere decir que no media un proceso público de licitación para recibir propuestas de posibles oferentes. Aquí se encuentra el caso de las radios catalogadas como de interés público y que se explica más adelante.

Por su parte, las radios que operan en el tipo de gestión indirecta hacen referencia a aquellas concesiones que son entregadas a personas particulares naturales y/o jurídicas, en el entendido que también la normativa entrega esa posibilidad, pero a partir de procesos licitatorios abiertos básicamente establecidos para emisoras comerciales y comunitarias.

De acuerdo con la orientación de programación, en otras palabras, con el tipo de producciones y contenidos que publican las radiodifusoras, éstas se dividen en tres: emisoras comerciales, emisoras comunitarias y emisoras de interés público.

**Radiodifusión sonora comercial.** Cuando la programación del servicio está destinada a la satisfacción de los hábitos y gustos del oyente y el servicio se presta con ánimo de lucro, sin excluir el propósito educativo, recreativo, cultural, científico e informativo que orienta el Servicio de Radiodifusión Sonora en general.

**Radiodifusión sonora de interés público.** Cuando la programación se orienta, a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, la defensa de los derechos constitucionales, la protección del patrimonio cultural y natural de la nación, a fin de procurar el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la publicación, si ánimo de lucro, a cargo y bajo la titularidad del Estado.

**Radiodifusión sonora comunitaria.** Cuando la programación está orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica. (Mintic, Resolución 00415 de 2010).

En esta parte se definen, entonces, los lineamientos bajo los cuales se deben regir en materia de alcances de la programación las alrededor de 1600 emisoras que de forma legal realizan transmisiones en el territorio colombiano, incluido el departamento de Norte de Santander.

Es importante anotar que la radio comercial aunque está obligada a cumplir con los principios establecidos para dicho medio en términos generales, goza de libertad para manejarse como una empresa que debe generarle a sus concesionarios ganancias económicas, lo cual se da a través de la venta de pauta publicitaria en los distintos espacios que ofrece, asegurando el ingreso de recursos monetarios de acuerdo con la sintonía que logren demostrar y la efectividad que tengan sus departamentos comerciales.

Como este tipo de emisoras busca básicamente la satisfacción de gustos y hábitos, puede darse el lujo de acomodar y reacomodar periódicamente sus cartas de programación con los géneros y formatos que tengan contemplados, más allá de si estos ofrecen calidad en áreas como la información, la educación o el entretenimiento, por ejemplo.

Ya las emisoras comunitarias y de interés público persiguen otros propósitos no tan sujetos a los términos de las audiencias, sino que buscan generar mayores lazos de discusión, promoción e integración social, sin querer decir con ello que las comerciales no los puedan tener.

Una tercera manera de clasificar las emisoras en Colombia tiene relación con el área de cubrimiento autorizada. Es decir, no todas las radiodifusoras irradian señal con la misma potencia y esta situación no queda al libre albedrío de los concesionarios oficiales o privados, sino que también es regulada por el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones a partir de los planes técnicos y los estudios sobre disponibilidad del espectro electromagnético que debe garantizar, entre otras cosas, que unas señales no interfieran con otras, dando cumplimiento además, a los parámetros definidos por los organismos internacionales constituidos en materia de telecomunicaciones y de los cuales Colombia es signatario.

En tal sentido existen emisoras zonales clases A y B destinadas a cubrir áreas más o menos extensas de un territorio (varios municipios o distritos de uno más departamentos). Las clases A, anteriormente conocidas como radiodifusoras de canal preferencial operan con potencias superiores a los 10 kilovatios y pueden llegar hasta los 250 kilovatios. El Ministerio fija la potencia exacta que debe tener cualquier emisora en el país.

Las emisoras clase B, antes regionales, disponen de potencias entre los 5 y los 10 kilovatios, con lo cual aseguran llegar a varios municipios también aunque con un radio de acción más reducido que las anteriores.

Se encuentran también las emisoras de cubrimiento zonal restringido o clase C destinadas a cubrir el municipio o distrito para la cual se entrega la concesión, oscilando su potencia entre los 1 y los 5 kilovatios.

Finalmente, aparecen las radiodifusoras de cubrimiento local restringido o clase C, cuya potencia máxima autorizada es de 250 vatios (un cuarto de kilovatio) para llegar a sectores territoriales específicos de la población en determinadas áreas geográficas. Aquí se encuentran las emisoras comunitarias, las cuales son entregadas en concesión para que adelanten procesos de comunicación e información en los puntos para las cuales son asignadas, en el entendido que cada localidad por más parecida que sea a otra tiene sus propias características y necesidades.

Por último, el servicio de radiodifusión sonora en Colombia se divide según la tecnología de transmisión que utiliza. En el país las emisoras operan en dos bandas en las cuales, de igual forma, se pueden recepcionar sus señales: amplitud modulada y frecuencia modulada, que técnicamente se diferencian de acuerdo con la modulación que hagan las portadoras; es decir, en amplitud o en frecuencia como se puede desprender de sus nombres.

Una tercera subdivisión se tiene establecida en esta forma de clasificación y se relaciona con la radiodifusión digital y nuevas tecnologías, la cual no se aplica en el país ni en la región, pues apenas aparece como incipiente la discusión en Colombia sobre el necesario salto a la radio digital en reemplazo de la tecnología análoga que opera en este momento en el país, dentro de situaciones, donde por ejemplo, la televisión ha ganado alguna ventaja. El hecho que radios de A.M o F.M retransmitan sus programaciones a través de la web no significa más allá que eso y no puede considerarse radio digital.

De aquí a unos cuantos años países como Colombia y otros del área deberán debatir y definir el formato digital en que tenga que operar la radio en un futuro, aspectos que se han definido y puesto en práctica ya en otras partes del mundo como Estados Unidos y algunas zonas de Europa. Los sistemas o estándares por ahora conocidos dentro de ese cambio tecnológico son el DAB, el DRM, el HD y el FMextra liderados por las naciones desarrolladas, asunto que por ahora no es competencia del presente documento.

En conclusión y según la forma de clasificarse la radiodifusión en Colombia, toda emisora cabe dentro de las cuatro categorías pues debe cumplir alguno de los lineamientos que cada una de ellas ofrece en aspectos como gestión del servicio, orientación de programación, nivel de cubrimiento y tecnología de transmisión.

La normativa colombiana establece que las concesiones de frecuencias radiales a particulares o instituciones oficiales se adjudican para periodos de diez años, los cuales pueden ser prorrogados por términos iguales siempre y cuando se realicen los trámites de rigor donde quienes tengan bajo su responsabilidad esos diales manifiesten el interés de continuar con ellas, previo el cumplimiento de los requisitos legales del caso.

LA RADIO EN NORTE DE SANTANDER

El departamento Norte de Santander, de acuerdo con su posición geográfica, hace parte de la región centro oriente de Colombia en materia del servicio de telecomunicaciones a la par de otras regiones como Tolima, Santander, Cundinamarca, Huila, Boyacá y el Distrito Capital de Bogotá.

El hecho de ser una región de carácter fronterizo binacional dada su cercanía territorial con la vecina República Bolivariana de Venezuela, permite que en materia radial no sólo sus gentes en varios municipios de la región dispongan de la posibilidad de sintonizar emisoras con asiento en Cúcuta y otras localidades dentro de las 40 que tiene el departamento, sino de tener acceso a la decodificación de frecuencias de estados como Táchira y El Zulia pertenecientes al país contiguo, donde a su vez se recibe la señal de emisoras nortesantandereanas dada la misma cercanía territorial.

A diciembre de 2009 según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en el país venían operando legalmente 1571 emisoras, número que puede haberse incrementando dadas las licitaciones públicas que el organismo ha puesto en funcionamiento para adjudicar otras frecuencias.

Para el caso de la región centro oriente, donde se localiza el departamento Norte de Santander, existían 246 emisoras comunitarias, 262 de carácter comercial y 57 de interés público. De ese número en territorio nortesantandereano están autorizadas en amplitud modulada, A.M, 1 radio de interés público y 19 comerciales, mientras en frecuencia modulada, F.M, 29 comunitarias, 9 de interés público y 16 comerciales (Mintic, 2009).

## 

## [Inicios y desarrollo](#HIP_T000059)

Hablar de la historia de la radio en Norte de Santander es trasladarse al año de 1933, 28 de octubre, cuando los hermanos de apellidos Sánchez Cuadros, Alejandro y Pompilio, decidieran ubicar en la ciudad de Cúcuta una emisora que tenían operando en Tunja, Boyacá, pero que al parecer no tuvo mayor acogida dentro de la población y serias dificultades económicas para continuar allí.

Entonces la Gobernación de Norte de Santander facilitó un espacio físico para que la radio, bautizada como La Voz de Cúcuta, empezara a emitir su señal despertando el interés de los habitantes con que en aquella época contaba el municipio, constituyéndose así en la primera radiodifusora que operaba en municipio alguno del departamento, cuatro años después que el invento de la radio hubiese llegado al país. El nombre de esta emisora se mantuvo por mucho tiempo y hoy sigue funcionando bajo la razón social de Caracol Cúcuta, frecuencia de la cadena básica de dicha organización radial nacional en la capital nortesantandereana que puede escucharse en el dial 1090 de la amplitud modulada.

La Voz de Cúcuta se mantuvo como única emisora de la ciudad hasta la aparición varios años después, 1949, de una segunda frecuencia: Radio Victoria que con el pasar de los años también cambió su razón social para convertirse en la que aún hoy es llamada y sintonizada Voz del Norte.

El tercer medio de comunicación radial cucuteño en presentarse fue Radio Guaimaral fundado el 13 de marzo de 1952 por el dirigente cívico y periodista Carlos Ramírez Paris. En 1986 una comunidad religiosa denominada Asambleas de Dios decide hacerse a la emisora y convertirla en la primera radio de orientación cristiana en la región, situación que se mantiene hoy día.

Otras emisoras fueron apareciendo en municipios cercanos y algunas de ellas reubicadas luego en Cúcuta como los casos de La Voz de El Zulia que iniciara tareas en el municipio de El Zulia a 15 kilómetros de la capital, y más tarde pasara a llamarse Radio Frontera, luego Radio Reloj (1968) de Caracol y hoy se identifique como la W Cúcuta, haciendo parte del sistema W que pertenece a la Cadena Radial Colombiana Caracol.

En 1958 nace en el municipio de Pamplona la Voz de Pamplona, fundada por el sacerdote católico Evaristo Peinado Peinado como medio de evangelización de esa arquidiócesis. Un año después crea a Radio Pamplona, la que después al ser adquirida por personas particulares pasaría a llamarse Radio Cariongo, empresa que sigue funcionando en la actualidad y está afiliada a Radio Cadena Nacional, RCN, tras haber estado durante varios años en esa misma condición con Caracol y Todelar.

También en 1958 en la población de Villa del Rosario Luís Eduardo Luzardo y Luís Eduardo Mantilla Sanmiguel, éste ultimo uno de los mas importantes radiodifusores que haya tenido el departamento en toda su historia, fundan La Voz de la Gran Colombia, medio de comunicación que luego pasaría a manos de José Neira Rey y sería trasladada a Cúcuta donde hoy sigue funcionando, siendo otro su actual concesionario.

En 1963 el mismo Mantilla Sanmiguel gestiona y logra con éxito que el gobierno nacional le permita sacar al aire una nueva radiodifusora, en este caso llamada Radio Internacional que en los años 80 fuera comprada por la Organización empresarial Ardila Lulle para incorporarla a la cadena RCN. En la actualidad a Radio Internacional se le identifica como RCN Cúcuta, emisora básica en la capital del departamento. En el año 60 había fundado también en el municipio de Ocaña la emisora Ecos de Ocaña.

Ya en 1968 Luís Alberto Tobito Acevedo obtiene la autorización legal para operar desde Cúcuta otra radiodifusora denominada Radio Tasajero, que luego se incorporaría en calidad de afiliada al Circuito Todelar de Colombia y que en las postrimerías del siglo XX fuera adquirida por una organización religiosa llamada Misión Carismática Internacional que cambiara la razón social del medio para empezar a llamarla Radio MCI.

Un año luego, 1969 se crea la emisora La Voz del Progreso que de medio independiente pasaría también a la cadena RCN llamándose luego Radio El Sol, más tarde Antena 2 y que permanece ahora bajo el nombre de La Cariñosa, como parte de un sistema nacional que emite música popular en varias ciudades del país.

Radio Tonchalá registra su surgimiento en 1973 de la mano del dirigente y posterior congresista Luís Vicente Serrano Silva. Más tarde se convirtió en radio 24 como parte de la cadena Grupo Radial Colombiano y desde hace algunos años fue adquirida por la Diócesis de Cúcuta pasando a llamarse Vox Dei, emisora con programación predominante de orden católico.

También en el año 73 el abogado cucuteño Guillermo Camargo Navas dio nacimiento a la emisora Transmisora Universal que con posterioridad se convirtió en Radio Zulima, estación que hace tres años desapareciera del dial por disposición del Ministerio de Comunicaciones de entonces.

En 1974 el dirigente político Jorge Cristo Sahium lideró el nacimiento de Radio Monumental, frecuencia que se mantiene activa en la capital de Norte de Santander.

Ya en 1977 aparece en la frecuencia de los 980 kilohertz Radio Punto, emisora creada por Luís Eduardo Mantilla Sanmiguel, quien también fuera el creador de la emisora Radio Mil, ésta última se mantiene bajo el hombre de Radio Lemas de Colombia, mientras que la frecuencia de Radio Punto fue vendida a la cadena Caracol habiendo operado allí los sistemas de Radio Recuerdos, La Vallenata y ahora Oxígeno.

Hasta esta parte de las relación de medios de comunicación radiales todas las frecuencias con que contaba Cúcuta y su hoy área metropolitana fueron entregadas en la banda de la amplitud modulada, A.M. Sin embargo, cuando transcurría 1979 surge la primera radiodifusora en frecuencia modulada, F.M, lo cual se constituyó en un avance significativo en materia tecnológica, sobre todo en recepción de sonido de mayor calidad. Es así como aparece Radio Fascinación con programación netamente musical, propiedad del dirigente y periodista José Neira Rey. Después fue adquirida por Radio Cadena Nacional, RCN y cambiada su razón social, pasando a llamarse por más de 20 años Rumba Estéreo y desde hace un tiempo Radio Uno.

En esa misma época, 1981, Luís Vicente Serrano Silva se hace adjudicatario de otro dial en frecuencia modulada, en este caso Radio Tonchalá Estéreo, que luego perteneciera al Grupo Radial Colombiano, más tarde a Colmundo Radio que hoy pertenece a la cadena musical Olímpica, identificándose como Radio Tiempo.

La cadena radial colombiana Caracol por su parte incursiona en 1982 con la frecuencia modulada en Norte de Santander con su emisora Caracol Estéreo. En la actualidad es concesionaria de varias frecuencias en el F.M.

En junio del año 1983 el entonces Ministerio de Comunicaciones otorgó licencia de funcionamiento en amplitud modulada a la emisora Radio San José de Cúcuta en cabeza del empresario José Urbina Amorocho. En el año 2004 la Universidad de Pamplona compró la frecuencia y se mantiene como concesionario actual.

En esa anualidad el entonces congresista liberal del departamento Félix Salcedo Baldión recibe la adjudicación de la emisora cuya razón social respondía a Radio 900. Luego fue adquirida por la Cadena Super de Colombia y desde hace un par de años mediante una alianza con RCN ha pasado a identificarse como Radio Fiesta, de ésta última organización radial.

A la par que la radio se desarrollaba en Cúcuta, también otros municipios se adjudicaron frecuencias por parte del Ministerio de Comunicaciones, además de algunas emisoras que en determinados poblados operaban sin ningún tipo de autorización previa por parte del despacho en referencia.

En Ocaña, cumpliendo la normativa del caso aparecieron radiodifusoras como Catatumbo y Sonar, más tarde se integró Rumba Estéreo y una emisora comunitaria, además de aquellas que operan en diferentes municipios de dicha provincia. La ciudad de Ocaña, después de Cúcuta, es la segunda en la actualidad en Norte de Santander en emitir el mayor número de señales sumando amplitud y frecuencia modulada: seis en total. Radio Sonar, Radio Catatumbo, Colombia Estéreo, Rumba Estéreo, Radio Sabrosa Estéreo, La U FM Estéreo

En Pamplona la Universidad de Pamplona recibió el aval del ministerio el 5 de octubre de 2001 para operar una emisora en frecuencia modulada dentro de la categoría de interés público. Una emisora comunitaria que funcionó en el último decenio del siglo XX apagó su señal.

En el decenio de los 90 en la capital del departamento surgieron otras emisoras, básicamente en frecuencia modulada, gestionadas por las más importantes cadenas radiales del país. Tropicana, La Mega, Norte Estéreo (mas tarde Amor Estéreo y hoy la F.M).

Además de personas particulares y entidades públicas en calidad de concesionarios de radiodifusoras hacia el año de 1995 el Ministerio de Comunicaciones posibilita la creación de las frecuencias comunitarias, cuando el Estado decidió reconocer esta categoría e impulsar el desarrollo de procesos de comunicación e información radial en distintos municipios del país, menos en ciudades capitales, aspecto este último que ha sido modificado de manera reciente.

La importancia de la radio comunitaria radica en que se abrieron las puertas para que fueran los mismos ciudadanos comunes y corrientes quienes a través de comunidades organizadas fueran gestores y productores de procesos de producción radial. En esa oportunidad 21 frecuencias en F.M resultaron favorecidas para operar en igual número de municipios nortesantandereanos. Otras frecuencias más han sido aprobadas en los años recientes.

Colombia ha sido pionera de las radios comunitarias en América Latina, pues les ha abierto el camino de la legalidad, algo que según Alejandro Alfonso (Unesco) y José Ignacio López Vigil (Amarc) no ha sido posible en otros países latinoamericanos. El decreto 1447 del 30 de agosto de 1995 plantea la posibilidad de realizar el antiguo sueño de la democratización de la radio, de seguir impulsando – a través de los medios la participación ciudadana- espacios de reflexión comunitaria, de concertación y negociación para la resolución de sus conflictos o para la realización de proyectos de desarrollo local (Pereira, 2001. pp. 102-116).

Al hacerse una revisión de la relación actual de emisoras comunitarias en el departamento, donde además integran por iniciativa y organización propia la Red de Radios Comunitarias de Norte de Santander, RADAR, se encuentra la siguiente información por municipio:

Arboledas: Arboledas Estéreo

Bochalema: Radio Bochalema Estéreo

Cácota: Andes Estéreo

Cáchira: Paz y vida Estéreo

Chinácota: Chinácota Estéreo

Chitagá: La Voz de la confianza

Cucutilla: Cucutilla Estéreo

Durania: San José Estéreo

El Zulia: Armonía Estéreo

Herrán: Contacto Estéreo

Labateca: Morena Estéreo

Lourdes: Café Estéreo

Mutiscua: La Mercede Estéreo

Salazar: Belencita Estéreo

Sardinata: Sardinata Estéreo

Silos: Cacica Estéreo

La Gabarra (Tibú): Barí Estéreo

Toledo: La Voz de Toledo

La Esperanza: La Voz de la Esperanza

Villa del Rosario: Impacto Estéreo

El Tarra: Asunción Estéreo

Hacarí: Palma Estéreo

Convención: Palma Estéreo

Teorama: Teorama Estéreo

Puerto Santander: Norte Estéreo

Cúcuta: Cují Estéreo

La historia ya de 78 años de presencia directa de la radio en territorio de Norte de Santander da a entender la evolución que ha tenido el medio en la zona fronteriza y el impacto positivo que ha generado en áreas como la información, la cultura y el entretenimiento.

**Entrevista con Martha Isabel Martínez Gamboa, directora de Radar en el Norte de Santander:**

¿Qué es RADAR?

“RADAR es una organización sin ánimo de lucro que agrupa a las emisoras comunitarias, para ayudarlas en la parte jurídica y en la producción de contenidos para la radio, tenemos el apoyo de el Ministerio de Cultura”.

¿En qué se diferencia la Radio Comunitaria de la radio Comercial?

La radio comunitaria al igual que la radio comercial, busca entretener, informar y educar, pero también tiene un objeto social como lo es el de promover procesos culturales y de participación, siendo muy incluyente. Partimos de una base social diversa y pluricultural, la gente tiene derecho a acceder a los medios comunitarios, pero también tienen derecho a fundarlos, por eso, a cada municipio le otorgan una radio comunitaria.

El ministerio de cultura y BID, manifestaron su preocupación porque la programación de muchas emisoras comunitarias, se limitaban a pasar en su programación solo música, imitando a la radio comercial, pensaban que pasar sus anuncios con música garantizaban sintonía. La radio comunitaria comienza igual y es por eso que se piensa en contenidos mas profundos, ideando las radios ciudadanas.

Este proyecto nace del Ministerio de Cultura, con una radio mas de libretos de investigación y participación; cuando Norte de Santander ganó el primer premio de Radios Ciudadanas en el año 2007, los jurados nacionales y extranjeros descubrieron que la investigación con la comunidad es esencial para la realización de los programas. Las radios comunitarias no solo registran situaciones de violencia y desplazamiento, también registran aspectos culturales, tradición, narra el mismo origen de la emisora, realiza remembranzas de los municipios, entre otros temas.

¿Cómo participa la gente desde la radio comunitaria?

“La gente en la radio comunitaria participa como audiencia y como productor, al principio no les gusta que se les entreviste, pero cuando ellos se reconocen en el medio, les agrada e iniciamos el proceso de ir configurando una memoria histórica y colectiva, a los abuelos casi no se les entrevista y ellos tienen mucho que contar, algunos municipios participan mucho mas que otros pero vamos por camino.

Sobre asuntos de la comunicación para el desarrollo, le doy ejemplos la emisora de Villa del Rosario, trabaja fuerte en los temas de salud, lo mismo en Arboledas, cuando se prevenían los brotes de la gripa AH1N1, por lo general se invita al delegado de la secretaría de salud para que abordara esos temas. La radio comunitaria ha servido para acabar con mitos, por ejemplo el de la “picadura del pito” que se curaba mediante un rezo según las creencias de la comunidad; en cuanto a medio ambiente hemos hecho el programa el “Rebote”, con tres ediciones, nos vinculamos con las universidades haciendo diplomados para profesionalizar a la gente y sobre todo concebimos la radio como un medio que se complementa con otros medios, en general podemos decir que si hay progreso con otros municipios destacados como Convención, Sardinata, Silos, Cucutilla y Labateca, con un recurso humano fabuloso que nos sorprenden con sus producciones.

Se han programado talleres con el actor Daniel Rocha y vienen desde corregimientos como el de Buena Esperanza y observa uno que hay que motivar a los asistentes para que sean los productores de su propia radio.

Son seres humanos maravillosos y quijotescos, sin los recursos de las grandes cadenas pero con las ganas de hacer las cosas bien, los talentos locales, son talentos universales, de estos proyectos han salido productores para Costa Rica, incluso para la radio comercial. Los recién egresados quieren venir a aprender cómo se hace la radio comunitaria, no porque en las universidades no se les den las pautas, pero aquí pueden practicar más a fondo sus conocimientos y explorar y descubrir cosas nuevas.

Hay locutores, profesionales, otros se han profesionalizado y otros han salido de la misma comunidad, hay celadores, sacerdotes, pero esencialmente gente que ama las emisoras.

¿Cómo se trabaja en la Radio Comunitaria?

En la radio comunitaria los comunicadores hacen el trabajo de investigación y planeación, con la participación de la comunidad para crear las agendas y parrillas de programación.

Claro esa evaluación hace falta en las radios comunitarias y en la radio comercial, todos debemos evaluarnos, nos falta participar mas en capacitaciones a todos los comunicadores, a veces creemos que lo sabemos todo y no es así, falta mas integración entre los comunicadores, y sería bueno que se hicieran la pregunta ¿yo como comunicador que le estoy aportando al departamento?

La radio comunitaria se sostiene con proyectos y publicidad en cada uno de los municipios, no depende de los aportes de los gobiernos municipales, porque a ellos se les hace veeduría ciudadana,

Existen 29 emisoras legalizadas, otras están en ese proceso, la radio comunitaria debería tener su link propio en el proyecto del observatorio de medios,

Finalmente la radio comunitaria piensa incursionar en internet, pero primero que todo se necesita solucionar los problemas de conectividad en el departamento, necesitamos que la red no se caiga porque los audios son pesados.

La radio comercial no toma como fuente la radio comunitaria porque no la conoce”.

**Entrevista al periodista deportivo Carlos Salazar afiliado y expresidente de la Acord Norte de Santander**

Carlos Salazar lleva 35 años en el periodismo deportivo del Norte de Santander, ha sido presidente de la asociación que reúne a los comunicadores que se dedican a ésta área de la información, consultamos sobre la situación de la profesión en el departamento y esto nos contestó:

¿Cuál es el panorama del periodismo deportivo en Colombia?

El periodismo deportivo es el más especializado en todo el país, hasta el momento ninguna facultad de comunicación social, ha logrado vincularlo a su pensum, los grandes periodistas del país vienen del empirismo, han sido primero jugadores, luego técnicos y finalmente se han hecho comentaristas, no pasa lo mismo que en Argentina donde el locutor o el comentarista deben hacer un curso para laborar en los medios. Antes se exigía licencia de locutor y tarjeta profesional de periodismo para poder hablar en la radio, quien tenía la tarjeta profesional, pero no tenía la licencia de locución no estaba autorizado para hablar en la radio.

¿Existe evolución y cambios sustanciales en el periodismo deportivo en el Norte de Santander?

Los cambios en el periodismo deportivo han sido muy pocos, las exclusividades en deportes como el fútbol y el ciclismo han limitado ese trabajo solo a las grandes cadenas y por ésta razón la renovación generacional ha sido lenta, antes contábamos con 10 narradores y unos 25 comentaristas, eso se ha reducido, los jóvenes de ahora se dedican más al internet y no es lo único, porque en el periodismo se necesita investigación y trabajo de campo. Si miramos el panorama nacional en Bogotá están Hernán Pelaez, Iván mejía, Carlos Antonio Velez, que siguen manejando la radio deportiva, en Cali Mario Alfonso Escobar y Oscar Rentería, en Barranquilla, Edgar Perea Hugo Illera, Efraín Peñate Rodríguez y así en todas las ciudades, en Cúcuta estamos los mismos de hace 30 años, la renovación llega a cuenta gotas, no como ocurría antes.

¿El periodismo deportivo en el departamento parece estar “futbolizado”, no generan información otros deportes?

Esto se hacía antes, nosotros visitábamos todas las ligas, pero el deporte asociado se ha ido acabando, Los dirigentes llegan por afanes económicos o para decir que son fuertes y hacer parte de un grupo político, eso se ha ido deteriorando y definitivamente el fútbol es el más comercial, si ud. Habla de otro deporte que no sea el fútbol profesional o quiere hablar de otro aspecto que no sea el del equipo del departamento (Cúcuta Deportivo), le van a cambiar el dial. La competencia está por el que tenga mas información del equipo local y la afición está pendiente de eso. El baloncesto por ejemplo aquí ha tenido muchos hinchas, pero no le ponen mucha atención si usted habla de otros deportes, lo que mas el periodista vende es el fútbol, lamentablemente nosotros los periodistas tenemos que pagar para trabajar, tenemos que vender la pauta para poder subsistir, son muy poco los medios que contratan los periodistas y si los contratan es con sueldos de hambre, con un mínimo, así es muy difícil rendir.

¿Y como gremio que han hecho para mejorar ésta situación?

No nos hemos consolidado como gremio, al periodismo deportivo han llegado personas de otras profesiones, quienes no viven del periodismo, son médicos, profesores, que viven de otros ingresos le aportan sus conocimientos al medio, pero a la hora de exigir no nos hacemos fuertes por esa división. En algún momento pedíamos a Dimayor que los costos de transmisión fueran mas bajos, porque acá en Cúcuta solo transmiten tres o cuatro emisoras, cada transmisión vale mas de un millón de pesos y para reunir eso en publicidad es complicado, cobra la Dimayor, cobra Asomedios. Para los dueños de medios es mejor que uno compre los espacios, los comercialice, ponga los contenidos y el personal humano, ellos solo ponen el sonido y cobran por el espacio, en esa parte el gremio no se ha unido para buscar mejores condiciones laborales.

¿Cómo miden audiencias y la calidad de sus trabajos? ¿La idea de un observatorio de medios para el Norte de Santander como la recibiría el periodismo deportivo?

Nosotros no lo medimos, la única forma es que uno sale a la calle y le dicen los escuche, o los colegas comienzan a hablar del tema sobre la información que uno recogió, el otro parámetro es el de la pauta que aumenta, pero uno nunca convoca a los oyentes para que opinen. Con relación a la idea de un observatorio, puedo decir que para mi fue lamentable que la monitora se haya ido de Cúcuta, antes se regulaban los contenidos, a veces escucho el F.M., donde hay locutores diciendo groserías, con lenguaje soez y no pasa nada, en otros espacios no hay investigación y se cometen errores lanzando juicios falsos, otros espacios no hacen consejo de redacción y se lanzan informaciones a la ligera, si hace falta entonces una figura como la antigua monitora que permita ese ejercicio del periodismo en forma responsable.

¿Se está haciendo radio en televisión con relación al periodismo deportivo en Cúcuta?

La tendencia en todo el mundo es colocar a unos comentaristas que hablen 3 y 4 horas sobre fútbol y ese formato les ha gustado, es como hacer radio en televisión. Además los costos de televisión en la parte de producción son muy altos y se recurre a ese tipo de experiencias, debemos buscar alternativas, pero nuevamente el problema económico prima, se requieren dos salas de producción, reporteros en la calle, 2 equipos de cámara, pero entre todos vamos aprendiendo y llegará el momento de implementar nuevas propuestas académicas.

¿Cómo está la situación de tarifas para pautar en radio y televisión?

La televisión local comenzó con precios altos en la pauta, pero, en el momento anunciar en radio y televisión es prácticamente igual, la competencia acabó con lo que un principio era un medio próspero. Vivimos un fenómeno de competencia desleal donde a ud. Le venden A.M. y le regalan pauta en F.M., así los que vivimos de alquilar espacios no podemos competir y estamos en una clara desventaja con otras cadenas.

Para que el periodismo deportivo en el Norte de Santander se desarrolle, primero se debe acabar la costumbre de hablar mal de los políticos y luego cobrarles para hablar bien, lo de las cadenas funcionan bien en la ciudad, pero en las emisoras independientes no es así, los propietarios no son personas del periodismo, tienen otras ocupaciones y no les interesa lo que pasa en el medio, necesitamos una nueva asociación y fundar nuevos medios con ética, con capacitación y en esa parte considero que las universidades locales han estado muy lejanas, no tienen sus propios espacios deportivos hechos por los jóvenes, solo así podemos complemetar la parte académica con la práctica.

## [Panorama actual](#HIP_T000061)

En el departamento Norte de Santander hacen presencia las más importantes cadenas radiales del país como Caracol. RCN, Colmundo, Olímpica y Todelar, entre otras, además de buen número de emisoras independientes y otras más bajo el amparo del desarrollo institucional que en tal sentido y en materia comunicativa han desplegado organizaciones como el Ejército y la Policía Nacional, que desde hace varios años incursionaran en el medio radial para motivar aún más el acercamiento entre dichas fuerzas y las comunidades.

En materia de programación buena parte de las radiodifusoras concentra su actividad en el campo del entretenimiento, de forma principal en el musical. Una cuestión particular está dada en el manejo de los asuntos propios del ejercicio periodístico en la región, pues en ciudades como Cúcuta, para citar un ejemplo, son pocas las empresas radiales que tienen contratados de forma directa a los comunicadores que se desempeñan en dicha área. Lo que ha venido haciendo carrera se fundamenta en el hecho que sean los mismos periodistas quienes les paguen a las emisoras unas tarifas mensuales para que se les deje transmitir programas informativos, a cambio que ellos puedan disponer del manejo completo de los negocios publicitarios que se originen como consecuencia de la emisión de dichos espacios.

La anterior situación no permite entonces que las empresas radiales tengan manejo directo sobre el tipo y calidad de las informaciones que se emiten, ni a adelantar procesos de evaluación serios y responsables sobre el material informativo y quienes lo producen.

Quienes son conscientes de tal situación manifiestan el valioso aporte que en dicho aspecto podría ofrecer el Observatorio Regional de Medios de la Universidad de Pamplona, en aras de garantizar seguimiento permanente al desarrollo del cubrimiento periodístico en la zona y presionar el que prácticas que se han ventilado en oportunidades como el intercambiar información noticiosa por ganancias económicas, estas últimas producto de la difusión de mensajes publicitarios en un programa, no se registren, pues resultan contrarias a los postulados éticos que la profesión exige en materia de autorregulación y responsabilidad social.

Otros aspectos que se desprenden de las inquietudes que los mismos comunicadores radiales presentan tienen relación con otros tipos de prácticas en los medios que puedan desprenderse como producto de presiones propias de la censura y la autocensura.

Las autoevaluaciones que se registran al interior de algunos medios terminan siendo tímidas o preferiblemente inducidas por los resultados económicos que la venta de anuncios publicitarios arroje, aunque cabe destacar el talento humano que en la región se tiene para el desarrollo de la producción radial en general sea el más idóneo.