



Procesos interactivos mediáticos de Radio Sutatenza con los campesinos de Colombia (1947-1989)

A partir de los procesos interactivos mediáticos de Radio Sutatenza con los campesinos, la investigación muestra cómo esta experiencia contribuyó al cambio social, al desarrollo, desde el conocimiento de su realidad sociocultural, política y religiosa, de sus necesidades de aprendizaje, del dominio de la especificidad y convergencia mediática, y de la interface comunicación y educación. También, señala los límites de esta práctica educomediática. El estudio reconoce la importancia y la intensidad de la interacción “estricta”, y muestra cómo la interacción “social amplia”, diferida y difusa, fue dinamizada por la programación educativa, informativa y recreativa. El imaginario religioso, la música y el deporte densificaron la socialización, la interactividad, que fue observada en el subsistema *productor/producto* y en el subsistema *receptor/producto*.

Palabras clave: Radio Sutatenza, procesos interactivos, campesinos, interface comunicación y educación, desarrollo.

Descriptores: Radio en la educación – Aspectos sociales, Comunicación en desarrollo rural, Medios de comunicación de masas y educación – Aspectos sociales.

Recibido: Octubre 30 de 2010

Aceptado: Febrero 11 de 2011

Origen del artículo

La presente investigación hace parte de la tesis de doctorado en Ciencias de la Comunicación. ‘Área de concentración: procesos mediáticos’, defendida por el autor en diciembre de 2009, en la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), en São Leopoldo, Brasil. La tesis lleva por título *Processos interativos midiáticos da Rádio Sutatenza com os camponeses da Colômbia (1947-1989)*, y fue dirigida por el padre Dr. Pedro Gilberto Gomes, SJ.

Media interactive processes of Sutatenza radio with Colombian peasants (1947-1989)

With a focus on the media interactive processes of Sutatenza Radio, with Colombian peasants, the research shows how this experience contributed to the social change, development, from knowledge of the reality socio-cultural, political and religious rural sector, of their learning needs, the domain of the specificity and media convergence and communication and education interface. It also notes the limits of this practice “educomediática”. The study recognizes the importance and intensity of “strict” interaction. “Broad social” Interaction, delayed and diffuse, was energized by the educational programming, informative and recreational. The religious imaginary, music and sport densified the socialization, interactivity, which was observed in the subsystem *Producer/product* and in the subsystem *Receiver/product*.

Keywords: Sutatenza Radio, interactive processes, peasants, communication and education interface, development.

Search tags: Radio in Education – Social Aspects, Communication in Rural Development, Media and Education – Social Aspects.

Submission Date: October 30th, 2010

Acceptance Date: February 11th, 2011

Procesos interactivos mediáticos de Radio Sutatenza con los campesinos de Colombia (1947-1989)

Introducción

Radio Sutatenza nació en 1947 como una emisora rural de carácter cultural¹. Fue fundada por el padre José Joaquín Salcedo para ofrecer educación fundamental integral a los campesinos de Colombia y transformar sus condiciones de vida personal, familiar y social. Con fines y métodos propios, se pretendía, por medio de la comunicación y de la educación, hacer del campesino analfabeto, marginalizado e incomunicado un agente social.

El modelo implementado estaba constituido por *radiodifusión* (programas), *radiorrecepción* (audiación organizada - escuelas radiofónicas), *acceso* (al poner a disposición aparatos de radio que, a diferencia de los demás, sólo sintonizaban Radio Sutatenza, y garantizar el cubrimiento con sonido de calidad),

sistema combinado de medios (radio, cartillas, libros, periódico, disco-estudio, etc.)² y *centros de formación de líderes* (institutos campesinos).

Sobre ese objeto se construyó la presente investigación, de la cual vamos a ofrecer algunos materiales en relación con el contexto en el cual nace esta experiencia, las referencias teórico-metodológicas, los resultados y las conclusiones obtenidas.

Contexto de Sutatenza

Radio Sutatenza nació 18 años después de iniciada oficialmente la radio en Colombia (1929). De esos 18 años cabe recordar el interés y la influencia de los partidos políticos Liberal y Conservador en la radiodifusión. Dicha influencia y presión política se mantendría durante el tiempo que estuvo al aire Sutatenza, razón por la cual Salcedo,

.....
* **Hernando Vaca Gutiérrez.** Colombiano. Periodista, licenciado en Comunicación Social, con especialidad en Desarrollo, de la Universidad Politécnica Salesiana de Quito. Diplomado en Teología de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Licenciado en Filosofía y Ciencias Religiosas de la Universidad Santo Tomás. Maestría en Comunicación y Mercado de la Facultad Cásper Líbero de São Paulo y doctor en Ciencias de la Comunicación de la UNISINOS, de São Leopoldo, Brasil. Ha tenido experiencias de dirección de emisoras en Ecuador y Brasil. Ha producido programas para la TV. Fue profesor de la Universidad Laica, Extensión Portoviejo. Entre sus líneas de investigación se encuentran: las interfaces comunicación y desarrollo/educación/religión. Ha publicado diversos artículos científicos y de divulgación en portugués y español. Hace parte del grupo de investigación *Media Sonora*, de Intercom, y del grupo *Comunicación para el Cambio Social*, de ALAIC. Actualmente es Director de la Maestría en Comunicación de la Universidad Autónoma de Occidente, Facultad de Comunicación Social, Cali, y Profesor de Epistemología de la Comunicación y Comunicación e Investigación. **Correo electrónico:** hernando2411@yahoo.com.

1. A partir de la lectura de los documentos, me parece que la emisora pasa por tres momentos significativos: fundacional y organizacional (1947-1958), expansión y consolidación (1959-1972), confrontación y decadencia (1973-1989). Esos tres momentos están atravesados por hechos eclesiales que, bien o mal, representaron experiencias victoriosas o de fracaso. Indudablemente, pueden existir otras formas de periodizar este recorrido de Radio Sutatenza, pero creo que el factor religioso, específicamente la jerarquía de la Iglesia católica colombiana, desempeñó un papel central en la vida y muerte de Sutatenza y, por tanto, de sus procesos interaccionales.

estratégicamente, optó por asumir una posición “apolítica”, para sobrevivir en esas condiciones. Durante la década de 1930, la radio colombiana tuvo un rápido desarrollo comercial. En la década de los años cuarenta, en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y la crisis económica, se creó el ambiente para el surgimiento de la radionovela y las cadenas de radio.

El crecimiento radiofónico de la posguerra se concentró, según Pareja en la ampliación no solo de estudios, sino de “horarios de transmisión, especialmente los de madrugada, con el objetivo de incorporar el operario de las fábricas y el campesino, a la masa de oyentes [aunque de forma restricta, debido a los costos de los aparatos de radio]” (1978, pp. 12-13).

En ese contexto surgió Radio Sutatenza³. Sencilla y esquiva como sus actores, los campesinos, con un modesto transmisor de menos de 100 vatios y un escenario desconocido del Departamento de Boyacá, llamado *Sutatenza*.

En efecto, los campesinos de Sutatenza: “llevaban una vida casi primitiva, semejante a la mayoría de la gente del pueblo colombiano. Trabajaban sus tierras con sistemas rudimentales e irracionales. El analfabetismo era muy elevado; los moradores no sabían leer ni escribir, ni, lo que es peor, tenían interés de aprender” (Torres Restrepo y Corredor Rodríguez, 1961, p. 11). Las causas de esa situación eran complejas y entre ellas se identificaban el insuficiente presupuesto oficial en educación, la falta de personal docente y de escuelas, los bajos salarios y la despreocupación de las élites por la suerte de los habitantes del campo.

Un modesto transmisor fabricado de manera artesanal por el hermano de Joaquín Salcedo, Antonio José, también sacerdote, fue el instrumento base para poner a Radio Sutatenza al aire. Cuenta Salcedo que fue toda una odisea hacer que ese transmisor de baja potencia entrara en sintonía.

El escenario donde nació esta experiencia fue un “pequeño villorrio engastado en la cordillera de los Andes, en medio de la rusticidad y la pobreza de una población de 180 habitantes” (Vázquez Carrizosa, 1967, p. 5), sin nada especial para

destacar, excepto por su sencillez y los conflictos propios de un lugar sin futuro ni esperanza.

.....

- *Etapas fundacional y organizacional de Radio Sutatenza (1947-1958)*. En este periodo se llevó adelante una amplia tarea de educación fundamental y se sembraron, en la población campesina, esperanzas de renovación y de superación; se consiguió comprometer a centenares de párrocos en un esfuerzo orientado a la revalorización campesina. La publicación de una instrucción pastoral (1958) por parte del episcopado, sobre la cultura campesina y ACPO, como una obra de la Iglesia católica colombiana, marca, según Salcedo, el fin de una etapa “dedicada a preparar toda una maquinaria de trabajo, a reunir los imprescindibles medios de acción, a esquematizar la organización, acomodándola a su fin concreto y determinado” (1957, p. 2).
- *Etapas de expansión y consolidación (1959-1972)*. Para Salcedo, el aporte de esta nueva etapa será fijar en la opinión pública los nítidos propósitos de esta institución de redención campesina, que tiene como único fin “elevar al hombre del campo a la posición que le corresponde como católico y como colombiano” (1957, p. 3). En esta etapa se consolidan las *escuelas radiofónicas*, el sistema combinado de medios, la potencia y cobertura de la Cadena Radio Sutatenza; con filiales en Medellín, Cali, Barranquilla y Magangué, hasta llegar, más o menos, a 700 kilovatios (la más potente de Colombia y una de las mayores en el mundo). La bendición de la emisora, el 23 de agosto de 1968, la hizo el Papa Paulo VI, en un encuentro inédito con millares de campesinos de Colombia y América Latina, un episodio que representó el hecho más importante de la institución en su historia: “Se podría decir que esa fecha marcó el punto más alto del poder de Radio Sutatenza. Y también anotarse que esa fecha marcó su inmediata caída” (Arias, 2008).
- *Etapas de confrontación y decadencia (1973-1989)*. Esta tercera etapa está marcada por momentos de fuertes tensiones entre el fundador de Radio Sutatenza y el episcopado colombiano; por la crisis financiera que alcanzó a la institución, debido a la pérdida del apoyo económico que estaba recibiendo del Gobierno colombiano y de la Iglesia católica alemana; por el enfrentamiento con los medios comerciales (radio e impresos) que buscaban disminuir la influencia de Sutatenza e impedir que sacara publicidad al aire; por la falta de renovación e innovación de la propuesta de Sutatenza ante las nuevas realidades del país: por el debilitamiento de la mística de la institución “entre sus miembros, los campesinos y los líderes” (Braun, 1976, p. 135). En estas circunstancias, Salcedo se va para el exterior bajo muchas presiones, en un casi exilio, no declarado, y ejerce una especie de “telegerencia” de su obra. Este hecho no será perceptible en un primer momento, pero, con el pasar del tiempo, la obra queda sin dirección, sin las evaluaciones y los controles necesarios en todo el sistema de comunicación. Estas y otras circunstancias llevarían al cierre de la emisora, el 17 de febrero de 1989.

Teoría y metodología

Del sistema combinado de medios utilizado por Acción Cultural Popular para educar a los campesinos, escogimos Radio Sutatenza por ser el principal y primer medio de acción del modelo; por ser el medio básico y activador del sistema. En el proceso de aproximación a Radio Sutatenza quedó clara la inevitabilidad de un abordaje histórico, dadas las características del objeto, actualmente fuera del aire. Fue, entonces, un abordaje comunicacional, también en perspectiva histórica.

Después de varias tentativas de lectura, desde el ángulo de la comunicación para el desarrollo y de la educación, trabajamos las *relaciones o procesos interactivos mediáticos de Radio Sutatenza y su audiencia rural*, con el fin de entender cómo configuró su audiencia y cuáles fueron las propuestas identitarias y comunicativas. Esa relación de Radio Sutatenza con su audiencia tiene sus especificidades, prácticas y estrategias, y dirige su mirada principalmente a la producción radiofónica, a sus lógicas, o, en términos de Verón⁴, a su “gramática de producción” (2004, p. 51), con las de reconocimiento.

Los *procesos mediáticos* son entendidos como un: “conjunto de prácticas comunicacionales que pertenecen al campo de los medios, que operan según diferentes lenguajes, por medio de dispositivos como la radio” (Gomes, 2004, p. 17). Cuando hablamos de procesos interactivos mediáticos nos estamos distanciando de los procesos interactivos conversacionales, caracterizados por la reciprocidad constitutiva, que lleva a un dialogismo inmediato. La interactividad mediática no es dialógica, no presenta en general reciprocidad entre los interlocutores, es típicamente asimétrica.

La interactividad mediática distancia a los interlocutores, estableciendo entre ellos canales y productos en virtud de los cuales se “incluyen otras instancias de pasaje, otras acciones e interacciones que no son apenas aquellas que se dan entre interlocutores [ni reducibles o asimilables a aquellas] exactamente porque diferidas y difusas” (Braga, 2001, p. 115).

A diferencia del modelo conversacional, lo que caracteriza la *interacción social mediatizada*

es la existencia de una producción objetivada y durable, que viabiliza una comunicación diferida en el tiempo y en el espacio, la cual permite la ampliación numérica y la diversificación de los interlocutores. En esa perspectiva, es necesario superar una visión reductiva de la interacción como acciones mutuas entre productor y receptor.

De acuerdo con Braga, podemos distinguir un modelo de “interactividad estricta” (carta, teléfono, etc.), cuyas acciones de retorno son directas y puntuales, del receptor para el emisor, y de “interactividad social amplia”, para hablar “de la circulación con retorno *diferido y difuso*, o sea, aquella en la cual las informaciones circulan en la sociedad, tornándose de dominio común (en determinado ámbito) y, en ese nivel, pueden llegar al emisor original como retorno” (2006, p. 23). Por tanto, es en un ámbito amplio y generalizado de las interacciones sociales que se debe observar la interacción mediática, entre un subsistema productor/producto y un subsistema receptor/producto.

La interactividad tiende a asociarse, directa y exclusivamente, a los medios, olvidándose de observar el producto y sus estructuraciones (Braga, 2001). Es alrededor del producto que se construye la interactividad social. En la dirección

.....

2. La experiencia de Radio Sutatenza fue adoptada por varios países de América Latina: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Panamá, República Dominicana y Venezuela. Concretamente en el Brasil dio origen al Movimiento de Educación de Base (MEB); en Ecuador, el trabajo educativo popular con los indígenas, por medio de la Radio Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE), entre otras; en Honduras, las escuelas radiofónicas, etc.
3. En Colombia, Radio Sutatenza fue la primera radio de la Iglesia católica. Pero la primera emisora católica en el aire, en América Latina, fue Radio Fides, de Bolivia. “Se fundó el 2 de febrero de 1939. Era la primera emisora católica, que salió al aire en América Latina. En sus inicios fue una emisora del Colegio San Calixto, de los jesuitas. Hizo educación radiofónica en los años 50, 60 y 70 cuando fue director el P. José Gramunt de Moragas S. J. Seguía el modelo educativo del P. Salcedo en Radio Sutatenza (Colombia)” (CPAL, 2007).
4. Las citas de los textos que están escritos en portugués, como consta en la bibliografía, fueron traducidos por el autor.

producción-recepción distinguimos, para nuestra investigación de Sutatenza, dos momentos: producción/producto y receptor/producto/acciones de retorno.

Identificamos, por consiguiente, marcas de la producción presentes en el producto. En efecto, la producción deja sus marcas en el producto: marcas discursivas (ofertas, interpelaciones, etc.), marcas en la planeación (objetivos del producto), marcas de la coyuntura y de la realidad (el productor interactúa con hechos sociales, con expectativas sociales y culturales sobre el tipo de producto), marcas en la técnica radiofónica (competencias de comunicabilidad, de género). La relación productor/producto es de interactividad.

En la relación receptor/producto/acciones de retorno son varios los ámbitos: interacciones con el producto en forma de interpretaciones, interpelaciones, ofertas y direccionamiento del producto, por parte del oyente que interpreta, responde, se apropia, selecciona o edita el material; interacciones sobre los productos: en forma de conversaciones y reinterpretaciones construidas; acciones de retorno: a partir de las interacciones sociales sobre los productos y que pueden repercutir en la gramática de producción.

El análisis de los discursos consiste en la identificación, en la superficie discursiva, de los trazos, de los rastros, de las marcas, que remiten a las condiciones de producción de los discursos. Según Verón, un dispositivo de producción está compuesto de tres ámbitos: 1. producción de sus oyentes; por medio de las percepciones-representaciones que los actores sociales implicados en la producción del programa como producto poseen de los actores sociales contemplados como objetivo. La constitución de una audiencia pasa por la estructuración: “en el discurso del título, de un vínculo propuesto al receptor bajo la forma de lo que denominé, en otra ocasión, de un *contrato de lectura*”. En ese sentido, ¿cuáles fueron las percepciones-representaciones de la producción de Radio Sutatenza de los campesinos de Colombia? 2. Posicionamiento del programa frente a los programas de la competencia —cómo son

percibidos por los productores—. ¿Cómo fue, entonces, el posicionamiento de la producción de Radio Sutatenza en relación con la competencia? 3. Vender el programa como colectivo de consumidores potenciales, junto con diversas categorías de anunciantes (2004, pp. 246-247).

Entendemos por *discurso*: “no apenas la materia lingüística, sino cualquier conjunto significativo considerado como tal (esto es, considerado como lugar de inversión de sentido), cualesquiera que sean las materias significantes en cuestión”, por ejemplo, el lenguaje, el cuerpo, la imagen, etc. “Un discurso nada más es, al final, sino una colocación de sentido en el espacio/tiempo” (Verón, 2004, pp. 61-62).

Dentro del discurso es fundamental la noción de *enunciación*. Verón distingue enunciado/enunciación. El primero se refiere a lo que es dicho (contenido) y la enunciación es del orden del decir y sus modalidades. El dispositivo de enunciación comporta: 1. la imagen de quien habla (imagen del enunciador): “dice respecto al lugar o lugares que aquel que habla se atribuye a sí mismo. Contiene la relación de quien habla a lo que él dice”. 2. Imagen de aquel a quien el discurso es dirigido, el destinatario: “La construcción del lugar de quien habla define igualmente su destinatario”. 3. La relación entre enunciador y destinatario, que es propuesta en y por el discurso, productos y programas (2004, pp. 217-218).

Este dispositivo de enunciación es llamado por Verón “contrato de lectura”, o sea, “modos del emisor crear vínculos con el receptor —producir efectos de reconocimiento— a través de la producción de discurso” (Melo, 2008, p. 26). Este es, por tanto, un concepto clave en nuestra investigación, que trata de establecer las modalidades de creación de vínculos, de aproximación, entre la Radio Sutatenza y sus oyentes. Verón insiste en que la disminución de consumidores de un soporte, o éxito (o fracaso), no pasa por lo que es dicho (el contenido), sino por las modalidades del decir, o sea, por alteraciones, modificaciones e incoherencias en el contrato de lectura. “Es el contrato de lectura que crea el vínculo entre el soporte y su lector” (2004, p. 219).

El contrato de lectura, que tal vez sea más apropiado llamar “contrato de comunicación” (Duarte, 2004, p. 29), por la especificidad propia de la radio, es la propuesta discursiva de la emisión para aproximarse y agarrar al oyente o lector, mediante un itinerario que solo puede ser completado por el destinatario. Esta relación es única, según el soporte de comunicación empleado.

El concepto de “contrato de lectura” se constituye en parámetro explicativo de los procesos de relación del soporte con el destinatario. El “contrato de lectura” es del orden de la estrategia discursiva. Esto nos lleva a considerar tres nociones metodológicas que Verón subraya para un análisis en la producción: tipo, género y estrategia.

En relación con el tipo de discurso, está asociado con los “soportes institucionales” (relaciones, normativas, modalidades de construcción), por una parte, y, por otra, con las “relaciones sociales” de ofertas/expectativas (Verón, 2004, p. 242). Para Radio Sutatenza nos concentramos en tres tipos de discursos: religioso, radiofónico y educativo.

Sobre los géneros radiofónicos, Haye constata que su conceptualización es “inespecífica, insuficiente e imprecisa” (2003, p. 93). Así, los autores subrayan diversos aspectos: “estructura que se repite siempre” (Nunes, 2000, p. 93), destacando temáticas como música, política, deportes; “verdaderos códigos comunicativos, ya que posibilitan el intercambio y la comprensión entre emisores y receptores” (Mata y Scarafia, 1993, p. 28), activando experiencias culturales entre un “saber producir” y un “saber escuchar”. En general, los autores comparten la idea de que un género es una estrategia de comunicabilidad (Duarte, 2004, p. 50; Haye, 2003, p. 94), que supone ciertas exigencias de producción y cuyo resultado son productos diversos.

En su clasificación de los géneros, André Barbosa Filho introduce el género *educativo-cultural* (2003, p. 109-113), y destaca los siguientes formatos: programa instructivo, audiobiografía, documental, educativo-cultural y el programa temático.

Las estrategias discursivas son “variaciones declaradas dentro de un mismo tipo de discurso

o de un mismo género” (Verón, 2004, p. 245). Por su parte, Martín-Barbero (1998, p. 205) participa de la diferencia introducida por Michel de Certeau entre estrategia y táctica: “*Estrategia* sería el modo de lucha del que tiene un lugar propio al que se puede retirar para planear el ataque, y *táctica* sería el modo de lucha de aquellos que, no teniendo un lugar propio al que retirarse, luchan siempre desde el terreno del adversario”. Goffman llama “estrategia a los aspectos de la interacción que pueden ser previstos, calculados, controlados” (Bateson *et al.*, 1994, p. 103).

La interacción con los productos tiene exigencias propias, por ejemplo, competencias sociales generales (para superar incomprendimientos, manipulaciones, inculcación y usos interesados en la producción; ingenuos, en la recepción, y equivocados, en el análisis); preocupación de producir trabajos solo para convencer: supone el complemento básico de la comunicación personalizada, oral y dialógica. Aquí cabe pensar, por tanto, en la función del auxiliar inmediato, de los líderes y dirigentes de las escuelas radiofónicas.

En ese proceso de interacción de Radio Sutatenza, ¿cómo entendemos lo campesino? A partir de las distintas lecturas sobre nuestro objeto, entendemos lo campesino, sobre todo en los comienzos de la emisora, como lo no urbano, lo no moderno, lo tradicional; un pueblo incomunicado, avergonzado de sí mismo, olvidado, despreciado, conformista y minifundista; pero, al mismo tiempo, un pueblo religioso, trabajador, amante de la radio y de la música, capaz de transformarse y de transformar, de educarse y educar; una fuerza histórica. Lo campesino es también una realidad plural y muy compleja, afectada por diversos fenómenos, como la reforma agraria y la violencia. Finalmente, lo campesino fue la razón fundamental de ser y hacer de Radio Sutatenza.

Optamos por descubrir los procesos interactivos mediáticos de Radio Sutatenza, por consiguiente en las lógicas de producción y de recepción, a partir de una lectura analítico-hermenéutica de archivos impresos y audiovi-

suales de la institución, materiales evaluativos, investigación académica, entrevistas, cartas de los oyentes, música campesina, coplas y análisis de un programa educativo. En los procesos de relación, de interacción, se encuentra la gramática de producción y sus estrategias; en el discurso, en el producto, se puede percibir la marca discursiva de los enunciadores y, también, en los elementos extradiscursivos.

Concretando nuestra problematización, establecimos los siguientes objetivos de investigación. *Objetivo general*: examinar la relación de Radio Sutatenza (1947-1989) con su audiencia campesina, desde una perspectiva histórica y teórica de la comunicación, en América Latina. *Objetivos específicos*: 1. situar la experiencia de Radio Sutatenza en el contexto de la comunicación para el desarrollo en América Latina; 2. construir una biografía mediática del fundador de Radio Sutatenza, para identificar su relación con los medios y sus ideologías profesionales. 3. Identificar, en los diversos registros, las estrategias de producción de Radio Sutatenza para interactuar o relacionarse con la audiencia campesina, es decir, cómo configuró su audiencia, cuáles fueron las propuestas identitarias y comunicativas, y entender, en consecuencia, los procesos interactivos de la interface comunicación/educación para el cambio social; 4. identificar, en la relación receptor/producto/acciones de retorno, cómo es tratada la emisión por la recepción. 5. Establecer posibles relaciones entre “procesos de interacción” y “procesos de transformación social” en la práctica de Radio Sutatenza.

La investigación siguió una estrategia multimetodológica; esto es, aplicó varias técnicas de investigación: cuantitativas, cualitativas, entrevistas, análisis documental, temática, etc. Las fuentes utilizadas fueron consultadas en Colombia, Ecuador y Brasil.

Resultados

Destacamos a continuación aspectos significativos de los resultados que alcanzamos por medio de la investigación.

Radio Sutatenza y la comunicación para el desarrollo rural de América Latina

Percibimos que Radio Sutatenza fue pionera, al dedicarse, en 1947, a un sector poblacional no reconocido y marginado históricamente: los campesinos, en un periodo en el que ningún gobierno de la región había hecho nada sustantivo por ellos. En ese sentido, fueron demandas políticas y sociales que impulsaron la utilización de la comunicación radiofónica para el cambio social. Fue a partir de esta visión que se le situó en la corriente de la *comunicación para el desarrollo*, no obstante esta corriente teórica haya aparecido diez años después de estar en el aire la radio campesina.

La obra de Salcedo fue entendida como una “agencia de desarrollo”:

Ello se desprende claramente de varias publicaciones y declaraciones oficiales de la institución. Para ACPO el concepto de desarrollo implica cambio de las estructuras sociales y satisfacción de las crecientes aspiraciones humanas [...]; para ello es necesario básicamente capacitar al individuo a reconocer sus necesidades y emprender los esfuerzos necesarios para satisfacerlas. Este es el principio en el que se basa la educación fundamental integral: la idea de que la educación y capacitación del individuo, la construcción de la personalidad, es la condición fundamental de todo desarrollo. (Musto, 1971, p. 128)

Un programa de tres etapas se encuentra en la base de la política de desarrollo de Radio Sutatenza. Primera, predisponer la población rural marginada a la modernización; segunda, inducir a mejorar las condiciones de vida; y, finalmente, integrar el campesino marginado a la sociedad y a la economía del país (Musto, 1971).

En Colombia, Radio Sutatenza fue la organización más importante al servicio de la educación popular y un modelo en América Latina. Como paradigma intentó aportar en la creación de espacios de formación para profundizar sistemáticamente la experiencia de la educación radiofónica de adultos. En este sentido, impulsó la creación de la Confede-

ración Latinoamericana de Educación Fundamental Integral (COLEFI) y del Instituto Latinoamericano de Comunicación de Masas (ILCODEMA), en el Primer Congreso Latinoamericano de Escuelas Radiofónicas, del cual Radio Sutatenza fue una de las instituciones promotoras. Así, la radio se constituyó en eje articulador del despertar de la conciencia social en América Latina y de la participación de experiencias para la cooperación organizada.

Esas iniciativas no pasaron de proyectos de buena voluntad, debido, entre otras causas, a las dificultades históricas para la integración y cooperación latinoamericana. Pero no fue algo perdido, porque propició un espacio de reflexión y de participación bien significativo, y aportó experiencia para la fundación de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), en 1972, entidad que actualmente desempeña un papel importante en la coordinación de la comunicación radiofónica, popular y comunitaria, más allá de las fronteras de América Latina.

Al evaluar los 50 años de comunicación para el desarrollo, Luis Ramiro Beltrán (2005) dice que Radio Sutatenza fue una experiencia práctica, que antecedió a la teoría de la comunicación para el desarrollo en más de diez años. Podríamos decir, en otras palabras, que la comunicación para el desarrollo nació aquí, con esta experiencia radiofónica. Y, en otro lugar, Beltrán afirma que en su momento de auge, Sutatenza se constituyó en el “primer caso exitoso de comunicación institucionalizada de apoyo al desarrollo de Latinoamérica” (1993). Subraya, también, que fue una estrategia eminentemente nuestra, o sea, latinoamericana.

Biografía mediática de Salcedo

Vimos la relación productor/radio desde el pensamiento y la práctica de su fundador José Joaquín Salcedo, llamado el *Quijote de la radio*. Él, además de ser una figura contradictoria, fue un hombre mediático, sensible a los problemas sociales. Cuatro hechos marcaron en su infancia su relación con los medios: la oficina del telégrafo que funcionaba en su casa; el viaje por Colombia que le permitió

conocer la realidad de los campesinos; la instalación del primer aparato de radio en la Alcaldía de Corrales, y el encargo que el padre Navia le hizo del laboratorio meteorológico, en Tunja.

La construcción de su proyecto mediático contó con la admiración y protección del obispo Crisanto Luque, quien lo reintegró las cuatro veces que fue expulsado del Seminario. Salcedo subraya que esos años de formación fueron de estudio y preparación para su apostolado mediático. Él se incomodaba con quien creía que su obra era resultado de suerte y de ayudas económicas.

Punto de partida de su misión fue la realidad campesina, por un lado, y la educación y la comunicación, por otro. De la problemática campesina le preocupó el analfabetismo, la tristeza y la melancolía, su silencio cultural (introvertidos), la baja competencia comunicativa, el vestido negro, como si estuvieran siempre de luto. De todas maneras, fueron esos campesinos que mantuvieron la radio en los tres primeros años, lo que nos permite afirmar que Radio Sutatenza nació y dio sus primeros pasos con apoyo popular exclusivamente.

Desde el punto de vista comunicacional, Salcedo tuvo una visión instrumental de los medios: ellos son vehículos de transmisión de contenidos educativos, de difusión de innovaciones y de comportamientos. Antes que un saber o un pensar los medios, Salcedo se preocupa por hacer uso de ellos. En los comienzos de la década de 1990, Salcedo apunta elementos nuevos a su visión mediática y llama la atención sobre su incidencia en las formas de ver e interpretar la realidad, en la estructuración de esquemas mentales y en la conformación de la conciencia social.

Contrario a la comprensión de los medios en las décadas de 1950 y 1960, Salcedo, desde sus inicios, no tuvo una postura mediacentrista, lo cual lo llevó a complementar la comunicación masiva con la comunicación interpersonal, y para eso creó la figura del mediador de la acción *educomunicativa*⁵:

.....
5. Existe un núcleo de investigación, en Brasil, de *comunicación y educación*, que nació en 1996, en el espacio

el auxiliar inmediato, *verdadera invención de las escuelas radiofónicas*.

Una vez reconocida la predilección de la cultura oral campesina por el medio radiofónico, Salcedo identificó las ventajas de la radiodifusión (Sánchez, 1951) para la acción cultural popular, como la simultaneidad de la enseñanza con un solo maestro; enseñanza amena, porque está inscrita en un lenguaje mediático; número ilimitado de alumnos; instrucción sin desvincular del ambiente campesino.

Salcedo propuso el uso combinado de medios (multimedia/convergencia mediática) para la eficacia educomediática: audiovisual (radio, cartillas, libros, periódico, correspondencia, disco-estudio, etc.), con el apoyo de contactos directos por medio de los auxiliares inmediatos, líderes, dirigentes campesinos y supervisores. Se trata de un movimiento pendular: de la comunicación mediática a la comunicación dialógica y viceversa.

Junto con la estrategia de utilizar los medios para enseñar, Radio Sutatenza también enseñó sobre los medios, a través de cursos de capacitación, de asesoría y creación de organismos de educación, para transferir las enseñanzas y las experiencias de Sutatenza. Del pensamiento y práctica estratégica de Salcedo merece destacarse también su capacidad de planeación y coordinación, su propuesta de desarrollo del potencial humano, su amplia red de amistades y la utilización del imaginario religioso para impulsar el cambio social.

Relación productor/producto

¿Cuáles fueron las marcas y las estrategias de la producción de Radio Sutatenza para interactuar o relacionarse con la audiencia campesina? Nos aproximamos a esta cuestión a partir de los discursos abordados: religioso, radiofónico y educativo.

Discurso religioso

Fue un discurso hegemónico. Él articuló las interdiscursividades. Él fue la realidad estructurada y estructurante de la propuesta comunicativa y

educativa de Radio Sutatenza. En palabras de nuestra investigación, el discurso religioso fue una de las estrategias estructuradas y estructurantes que *operacionalizó*, de manera natural, rápida y eficaz, los procesos interactivos de la emisora con su audiencia. Así, los discursos, los productos, fueron escuchados y aceptados por sus alumnos, en su mayoría, porque en la enunciación, en las ofertas e interpelaciones, estaban las marcas del discurso religioso, de sus instituciones, de sus sujetos, de sus funciones y papeles.

A partir de los documentos consultados, desde inicios de los años cincuenta, encontramos que el campesino era profundamente religioso, cumplidor de sus prácticas piadosas, con un respeto muy grande por el sacerdote como enviado de Dios; pero tenía también una formación religiosa ingenua, deficiente, aunque sincera. Por otra parte, él tenía resistencia a todo lo que significara cambio, transformación, progreso, etc.

Estas resistencias fueron vencidas con el llamado al imaginario religioso: se tiene que aprender a leer y a escribir porque la Santísima Virgen de Fátima pidió eso: “quiero que recéis el rosario y que aprendáis a leer” (Sabogal, 1950, p. 8), y ella es proclamada la *patrona* de las escuelas radiofónicas. San Isidro Labrador se transforma en San Isidro Agricultor, el símbolo del “progreso de los campesinos”, porque él comprende la importancia de las nuevas técnicas agrícolas. Junto con esos productos están otros, como el Santo Rosario, las clases de catecismo, de historia sagrada, etc.

.....

de la Universidad de San Pablo, liderado por el doctor Ismar de Oliveira Soares. Agrupa profesores interesados en la interrelación entre comunicación y educación: *educomunicación*. A partir de sus investigaciones, el grupo define la *educomunicación* como el espacio que encuentran miembros de la sociedad “para implementar ecosistemas comunicativos democráticos, abiertos y participativos, impregnados de la intencionalidad educativa y orientados para la implementación de los derechos humanos, especialmente el derecho a la comunicación” (véase en www.usp.br/nce/). Entre sus proyectos se destaca ‘*educom.radio*’, destinado a capacitar profesores y alumnos de educación fundamental para el uso de la radio en prácticas *educomunicativas*.

Para convocar los encuentros de las escuelas radiofónicas se disponía de un pedazo de riel para llamar, como en la Iglesia, a través de las campanas; la programación de la emisora iniciaba con el sonido de campanas, luego se recitaba una oración, que fue enseñada y aprendida en las escuelas de Colombia en aquella época de los años sesenta y setenta. Era muy frecuente que en la sala donde se dictaba la clase se tuviera un altar religioso, muy adornado, dice Ferrer Martín (1959, p. 168). A esto se añaden las bendiciones de los papas (Pío XII, Juan XXIII, Pablo VI) y el hecho de que se hablara de Sutatenza como de una “obra de la Iglesia”. Por tanto, fue el imaginario religioso lo que ayudó enormemente a superar resistencias y a despertar euforia por la iniciativa. Y, dadas las características de la época, es comprensible que haya sido así.

Discurso radiofónico

Sobre la imagen de quien habla percibimos, desde una perspectiva religiosa, que es de servidores/apóstoles; como imagen sociológica se reconoce que son conocedores de la realidad; con una metodología autocrítica, como una de las marcas para mantener la calidad de los productos y de la institución.

La imagen que las lógicas de la producción tienen del oyente es, en principio, positiva. Se trata de un pueblo con valores, de un pueblo que da eficacia al mensaje, de un pueblo que escribe (la correspondencia servía para conocer lo que no sabían todavía los campesinos, o que querían saber, y sus aspiraciones). Y una imagen negativa, debido a su condición, socialmente construida, de incomunicación, marginación y resignación.

De la programación destacamos las marcas de los objetivos: motivar a los campesinos, crear al hombre capacitado, solidario, actor del desarrollo, con un humanismo auténtico, e integrar los grupos que forman la sociedad.

En relación con los procedimientos didácticos, vimos que el método de enseñanza predominante por la radio fue el expositivo. Desde mediados de

los años cincuenta ya se sugirió el método socrático y el más interesante y activo, que sería el dialogado o dramatizado.

El producto educativo para las escuelas radiofónicas fue construido a partir de la idea de que no era enseñanza formal, sino enseñanza radiofónica. Así, se tuvo en cuenta la tecnología y el lenguaje radiofónico (palabras, música, efectos de sonido y silencios; y las funciones del lenguaje: expresiva o emotiva, conativa, fáctica y poética), y una metodología de desarrollo estructural del texto (tema, desarrollo, recapitulación o resumen y actividad práctica), que fue perfeccionándose con la experiencia, la autocrítica, las evaluaciones, los resultados de los exámenes, los encuentros y la correspondencia con los campesinos, con los párrocos y los auxiliares inmediatos. Por otro lado, el producto educativo fue planeado y programado, de forma sistemática, siguiendo el currículum de estudio, elaborado a partir de la población-objetivo.

Radio Sutatenza dio relevancia al producto musical en su programación. La música fue un medio de interacción bien significativo. Por ejemplo, en la programación de 1969, había muchos programas de música. Por su parte, Salcedo impulsó, a través de la radio, la creación de conjuntos musicales, de bandas, desde los comienzos de la emisora, y esa campaña, unida a los programas musicales, contribuyó a la creación de millares de grupos musicales en los campos colombianos. La música recuperó el espacio de la fiesta en el mundo campesino, despertó la alegría y la diversión, y apoyó el desarrollo de la competencia comunicativa.

Otro producto bastante promovido por Sutatenza fue el deporte: baloncesto, fútbol y ajedrez. El desarrollo de esta campaña fue vital para los procesos interaccionales y para la socialización de los campesinos. La escucha de los programas dramatizados llevaron a la creación de grupos de teatro rural; el producto educativo, de carácter motivador para la organización, llevó a la creación y apoyo de nuevas organizaciones, como cooperativas y juntas de acción comunal.

Otro aspecto importante en las estrategias de interacción de Radio Sutatenza con su audiencia campesina fue el *esfuerzo permanente por conocer al campesino* tal como él es. Partir del sujeto fue fundamental para la construcción del mensaje. Un mensaje que quería ser respuesta a las necesidades físicas, psicológicas, sociológicas, económicas y políticas. De esa forma, el receptor, junto con el productor, participa en la construcción del producto.

Los problemas encontrados en relación con el producto fueron, entre otros, la diferente preparación de los alumnos y el diverso grado de cultura en las regiones de Colombia; las diferencias de lenguaje, gustos y costumbres tradicionales de los diversos grupos sociales presentes en el país; la no adecuación de ciertas enseñanzas agropecuarias a las actividades de la región, debido a la diversidad de climas, cultivos, etc.

Uno de los actores sociales del medio fue el *profesor-locutor*. Como agente educativo, era el encargado de guiar el proceso de aprendizaje en un contexto de educación no formal. Para hacer efectiva esta tarea, debía ser un profesor, un escritor, un productor de radio y un locutor. Para adquirir dichos conocimientos y destrezas tenía que realizar un exigente proceso de formación en la institución.

Del profesor-libretista eran exigidas algunas marcas para imprimir interacción en los productos: mensajes breves y claros; ordenamiento lógico, pedagógico o psicológico; habilidad para establecer un ritmo en el aula: planeación, desarrollo, demostración, clímax o solución, recomendaciones finales; habilidad para captar el interés y presentación alegre y eufórica del mensaje, entre otras.

La relación de la producción con el producto fue condicionada por los recursos disponibles, el talento de sus colaboradores, la dinámica de la radiodifusión colombiana y el devenir social del país. A esto se debe agregar la intervención de acciones premediáticas, como la formación profesional, el dominio del medio radiofónico y el conocimiento del receptor, y posmediáticas, como la autocrítica de los programas, las evaluaciones periódicas y la opinión de los oyentes.

Fue por medio de esta programación, de estos productos, que Radio Sutatenza configuró su audiencia. Fue a partir de un fuerte sentido de pertenencia y de servicio que la llevó a ser percibida como *la radio de los campesinos*; mediante una programación educativa, informativa y recreativa, construida a partir de sus necesidades, de sus características como audiencia y de las especificidades del medio radiofónico; mediante la identificación, apropiación y difusión de su imaginario religioso; por medio del pasaje de la interactividad estricta (correspondencia, teléfono, etc.), a la interactividad social amplia (líderes y dirigentes con, y entre, los campesinos).

Discurso educativo

Este discurso evidencia que la solución fundamental para transformar la vida del campesino es la capacitación, como camino para superar el subdesarrollo que está en la mente del hombre y vencer su atraso. El concepto clave para encaminar este proceso de transformación fue la *educación fundamental integral*.

Otro aspecto por considerar en las relaciones productor/producto educativo es la interface comunicación y educación: Radio Sutatenza entendió y practicó la relación comunicación y educación como una “integración placentera” (Piovesan, 2004), como “un matrimonio feliz” (Díaz Bordenave, 1981), pero, sobre todo, como una “integración estratégica” para transformar las condiciones de vida del campesino.

La práctica educomediática de Radio Sutatenza permitió constatar que es posible utilizar los medios para transmitir mensajes educativos de forma sistemática y permanente; que el producto debía ser planeado y considerar las audiencias, los medios y las necesidades de aprendizaje; que la radio sola no es suficiente para educar y, por tanto, es necesario el uso sistemático y combinado de los medios, o sea, un proyecto multimedia; que son impredecibles los resultados de un programa educomediático, pero que es verdadero que “los resultados están influidos por las característi-

cas geográficas, económicas, culturales de las diferentes regiones; y por la composición racial, lingüística, de pautas de poblamiento, de tenencia de la tierra, etc., de los grupos influidos” (Bernal Alarcón, 1978, p. 266); que la radio es importante para difundir ideas y motivar cambios. Pero que, cuando se trata del proceso de decidir los cambios, es necesario utilizar la comunicación interpersonal directa. La comunicación interpersonal, a su vez, motiva la utilización de los medios.

Relación receptor/producto/acciones de retorno

Nos propusimos identificar cómo fue tratada la emisión por la recepción; cuáles fueron las competencias interpretativas de los sujetos; sus resistencias e interactividades.

A partir de las cartas analizadas, de las entrevistas, de las evaluaciones y otros registros, encontramos que la Escuela Radiofónica fue el espacio privilegiado para la interacción con los productos y sobre los productos, específicamente educativos. La Escuela Radiofónica fue un espacio donde se verificó una de las experiencias más relevantes para millares de campesinos de Colombia: aprender a leer y a escribir.

Yo alumna de la Escuela Radiofónica número 2 en la vereda de Laderas, tengo el gusto de saludarlos para darles mi agradecimiento por todas las clases transmitidas en el curso de este año que fue el único año tal vez feliz para mí por haber podido aprender a leer y escribir, y como fue para mí esta felicidad, estoy haciendo lo posible para llevar otras compañeras para que aprendan lo que yo aprendí en la Escuela Radiofónica. (Morales, 1955)

Otro espacio para la interacción social amplia sobre los productos fue la parroquia, lugar de encuentro con el párroco de los auxiliares inmediatos, líderes, dirigentes campesinos, para evaluar el funcionamiento de la Escuela Radiofónica, de las clases, de sus contenidos y formas, de la calidad sonora, etc. Otros lugares informales de

interacción mediática social amplia fueron la plaza de mercado, los campos deportivos, los trabajos comunitarios, sugeridos por las campañas de la radio, las fiestas familiares y de las comunidades rurales, etc.

Fueron intereses educativos, recreativos e informativos los objetivos de los campesinos en los procesos interaccionales con y sobre los productos, que al parecer fueron, en general, aceptados, como consecuencia del contenido (educativo), de la institución que lo ofrecía (Iglesia católica), del medio (radiofónico), de la pertinencia (realidad campesina), de la potencia (cobertura nacional y calidad sonora) y de la calidad del producto (géneros radiofónicos). La programación estaba orientada hacia la familia, con algún programa para jóvenes y niños.

Las competencias interpretativas de los mensajes, por parte de los campesinos, fueron frágiles, debido a su escasa formación, a las características de su *ethos* cultural y de su contexto de incomunicación. Lo mismo sucedió con su autonomía interpretativa. El objetivo de alcanzar una competencia crítica a partir de los procesos interactivos no resulta fácil de determinar.

No obstante, encontramos marcas discursivas de resistencia a la producción y al producto: adaptación del aparato de radio para que sintonizara todas las emisoras; desistir de las clases porque eran cansonas; apagar el aparato en los espacios de música sinfónica; reclamar la falta de sintonía entre producto y realidad del oyente. Así mismo, a veces, las relaciones con los productos fueron contradictorias y conflictivas, como la campaña de la reforma agraria y de la paternidad responsable. Esta última, a pesar de ser promovida por Salcedo, fue rechazada porque contrariaba el imaginario religioso.

Relaciones entre “procesos de interacción” y “procesos de transformación social”

En nuestra investigación avanzamos con una hipótesis de trabajo: establecer posibles relaciones entre “procesos de interacción” y “procesos de

transformación social” en la práctica de Radio Sutatenza. Existe, sí, una relación, porque los procesos interactivos mediáticos son procesos de socialización de conocimientos y destrezas, que aplicados por los sujetos cambian la realidad, como sucedió con Sutatenza. Por ejemplo, el curso de educación permanente y las campañas ocasionales y permanentes cambiaron la vida de millares de campesinos y sus familias. Pero la relación no es casual, porque “los medios no cambian nada. Expresan un cambio, lo amplifican, lo potencian. No lo causan” (Martín-Barbero, 2007). En palabras de Salcedo, “la radio motiva el cambio”.

Torres Restrepo y Corredor Rodríguez (1961) verificaron esos procesos de cambio a partir del concepto de Fals Borda de *divergencias significativas*, por medio de la comunicación y la sociabilidad, y confirmaron cómo ese encuentro entre medios y campesinos se cristalizó en muchas obras; cómo situaciones problemáticas (incomunicación) fueron redimensionadas, y cómo se dio una aproximación entre el mundo rural y los adelantos, y las transformaciones del mundo urbano.

Conclusiones

Radio Sutatenza surgió en una realidad histórica y política determinada, que condicionó su orientación. Nació en la marginalidad, pero durante su crecimiento, consolidación y decadencia no fue una radio insignificante o marginal; participó activamente de la vida política, social y económica del país.

Las evaluaciones hechas a la institución califican a Radio Sutatenza y sus *escuelas radiofónicas* como un sistema que en sí fue eficaz (Ferrer Martín, 1959); como un factor de cambio social por contacto, que contribuyó eficazmente a disminuir el analfabetismo en las zonas rurales (Torres Restrepo y Corredor Rodríguez, 1961); como un efecto acelerador en la adopción de innovaciones, y los alumnos de las escuelas radiofónicas como más predispuestos a tales innovaciones que aquellos que no hacían parte del movimiento (Musto, 1971); como una experiencia cuyos resultados

fueron consistentemente positivos, y apoyaron la conclusión de que los programas de ACPO tuvieron efectos benéficos en la vida de las familias campesinas colombianas (Morgan, Muhlman y Masoner, 1980).

En la configuración de las marcas discursivas interactivas, de las propuestas identitarias y comunicativas, por parte de las lógicas de producción, incidieron, entre otras, la comprensión del marco institucional, las rutinas productivas, la visión de la emisora y de los campesinos. El producto fue construido para un sujeto concreto: el campesino colombiano; para un ambiente específico: la Escuela Radiofónica y el mundo rural colombiano; con una metodología propia: comunicación radiofónica, comunicación escrita y visual, y comunicación interpersonal.

Para una comprensión global, nos parece que aquello que vincula lógicas de producción y competencias de reconocimiento son, en el fondo, cuestiones primordiales, arcaicas, que hacen parte del ADN de los campesinos, como la religión, la música y el juego. Según Mircea Eliade (Citado por Nunes, 1999), el sentimiento de lo sagrado es la esencia de las sociedades tradicionales. La vida está siempre relacionada con esta experiencia. Específicamente sobre la música: “El universo sonoro-musical precede el nacimiento [...]. El ser humano es por principio un ser musical” (Nunes, 1999, pp. 17-22).

¿Qué límites se podrían apuntar en la práctica de Radio Sutatenza? Esta emisora, al mantener intocable el objetivo inicial, fue generando una brecha cada vez mayor entre el progreso de la realidad social y la validez de sus metas institucionales. En ese sentido, no consiguió leer el *nuevo escenario cultural*.

Salcedo recibió diversas y duras críticas por la práctica de la sintonía fija o cerrada de los aparatos de radio vendidos por la institución. No obstante la gramática de producción tuviera argumentos técnicos y operativos razonables, y que este fuese un tipo de aparato de radio incluso sugerido por la Subcomisión de Radio de la UNESCO en 1948 (UNESCO, 1949), nos parece que se demoró

mucho tiempo en terminar con esta especificidad técnica. Solo en los comienzos de la década de los años setenta fue abandonada aquella iniciativa, lo que perjudicó la imagen de la institución, al dar la sensación de ejercer una comunicación controlada, dominada y dominadora. Esta sintonía cerrada tal vez no haya facilitado que los campesinos ejerciesen su capacidad de elección, su cultura de opciones personales y de grupos.

Para una interacción más activa, participativa y problematizadora de las clases radiofónicas faltó dedicar más atención a la investigación, presupuesto y personal competente para la formulación de un género radiofónico más complejo (dramatización) y no tan sencillo como aquel monologado, de *charla expositiva*. Faltó aplicar mejor la teoría de Arnheim de la radio como medio de expresión.

Otro de los límites fue no dar a los alumnos de las escuelas radiofónicas un certificado de estudios reconocido oficialmente, que les permitiera continuar estudios en otras instituciones o ser presentado para acceder a un empleo: “Los alumnos aprendían a leer, a escribir y a hacer las cuatro operaciones, pero este aprendizaje no correspondía formalmente a una mejoría en su estatus social” (Abreu, 2004).

En los procesos de relación, la emisora no consiguió incluir realmente en su organización a los representantes campesinos que fueron considerados fundadores de la institución. Por el contrario, las lógicas de producción determinaron que los párrocos —de los municipios que tenían campesinos fundadores de la obra— los representaran en los diferentes encuentros. Parece que, en general, en los procesos de consulta, deliberación y decisión sobre la programación, productos e institución, los campesinos sólo fueron consultados, y quedaron por fuera de los procesos de deliberación y decisión.

Radio Sutatenza, fundamentalmente por razones históricas, económicas y socioculturales, mantuvo una posición de *no-intervención* en política, específicamente partidaria. Eso fue positivo, porque estuvo por encima de las confrontaciones de diversos ámbitos, desde los políticos de profesión, hasta los ciudadanos en general, y, por otra

parte, consiguió obtener ayudas económicas y exenciones importantes para su obra de los diversos gobiernos, independiente del color partidario. Pero, en cambio, dejó de ejercer una función fiscalizadora del poder:

Para cumplir mejor su papel de llevar informaciones al ciudadano, la prensa necesita fiscalizar el poder —y el verbo fiscalizar lleva, aquí, el sentido de vigilar, de *limitar* poder—. Sin ella, no hay como pensar en límites para el ejercicio del poder en la democracia. Por tanto, no es saludable ni útil a la prensa que se contente con el papel de apoyar a los que gobiernan. No es saludable, no es útil, ni mismo prensa ella es. (Bucci, citado por Franco, 2009, p. 2)

Dados los procesos históricos de Colombia en el campo político, marcados por sectarismo, rivalidades y violencia, la posición de Radio Sutatenza de actuar al margen de la política favoreció los procesos mediáticos interactivos diferidos y difusos, pero empobreció los procesos de construcción de ciudadanía y democracia.

¿Qué otros descubrimientos nos deja la experiencia de Radio Sutatenza? Desde los comienzos se interesó por la radiodifusión, esto es, por la producción e irradiación de programas; y por la recepción, es decir, por los sujetos y por las condiciones, modos y estrategias de audición. Radio Sutatenza se esforzó en la aplicación del concepto de Mario Kaplún de *cambio del escenario cultural* (1999). Transformó el campo en escenario sonoro y a los campesinos, en protagonistas de diversas producciones.

El paradigma de *radio educativa* impulsado por Radio Sutatenza fue una experiencia que cumplió su ciclo, específicamente en lo que se refiere a las escuelas radiofónicas. Las condiciones históricas y políticas hoy son otras. Quedó un modelo que está siendo aprovechado, de manera flexible y creativa, por ejemplo, en los programas de educación a distancia. Por otra parte, la radio educativa como tal continúa vigente, porque los medios tienen una función social y cultural de servicio a la ciudadanía. La idea de que “un pro-

grama de erradicación de la pobreza en América Latina necesariamente debe tomar la educación como punto de partida” (Salcedo, Bernal Alarcón e Iglesias, 1990, p. 49), nos obliga a preguntarnos cómo la radio, los medios y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en general, pueden contribuir en ese proyecto de transformación social.

Referencias

- Abreu, J. B. de. (2004), “Nas ondas da fé” (*II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho*, Florianópolis, de 15 a 17 de abril), GT História da Mídia Sonora.
- ARIAS, Andrés. Días de... Radio Sutatenza. *El Tiempo*, Bogotá, 7 nov. 2008. Cultura. Disponible em: <http://www.eltiempo.com/culturayocio/credencial/originalesnoviembre/dias-de-radio-sutatenza_4629963-1> Acceso: 11 nov. 2008.
- Barbosa Filho, A. (2003), *Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio*, São Paulo, Paulinas.
- Bateson, B. et al. (1994), *La nueva comunicación*, en Winkin, Y. (selección y estudio preliminar), 4.^a ed., Barcelona, Kairós.
- Beltrán, L. R. (1993), *Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años*, Lima, disponible en <http://www.swl.net/patepluma/south/colombia/sutatenza.htm>, recuperado: 20 de septiembre de 2004.
- (2005), *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*, disponible en http://www.comminit.com/la/drumbeat/drum_beat_135.html, recuperado: 24 de mayo de 2006.
- Bernal Alarcón, H. (1978), *Educación fundamental integral: teoría y aplicación en el caso de acpo*, Bogotá, Andes.
- Braga, J. L. (2001), “Interação & Recepção”, en Fausto Neto, A.; Hohlfeldt, A., y Porto, S., *Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade*, Porto Alegre, EDIPUCRS.
- (2006), *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*, São Paulo, Paulus.
- Braun, J. (1976), *Comunicación, educación no formal y desarrollo nacional: las radio escuelas colombianas*, Bogotá, Andes.
- Bucci, E. (2009), *A imprensa e o dever da liberdade*, São Paulo, Contexto.
- Conferencia de Provinciales Jesuitas de América Latina (CPAL) (2007), “El grupo FIDES con 28 radioemisoras”, *Jesuitas en Comunicación*, núm. 5, disponible en <http://www.cpalsj.org>.
- Díaz Bordenave, J. y Carvalho, H. M. de (1979), *Comunicação e planejamento*, Río de Janeiro, Paz e Terra.
- . *Comunicação e educação*. In: Werthein, Jorge; Díaz Bordenave, Juan. *Educação rural no terceiro mundo: experiências e novas alternativas*. São Paulo: Paz e terra, 1981, 239-247p.
- Duarte, Elizabeth Bastos. *Televisão: ensaios metodológicos*. Porto Alegre: Sulina, 2004. 158p.
- Ferrer Martín, S. (1959), *Estudio y evaluación de las escuelas radiofónicas rurales*, Bogotá, ACPO/Andes.
- Franco, Carlos Alberto Di. O dever da liberdade. *Estado de S. Paulo*, São Paulo, 27 de julho de 2009, p. 2 (Espaço aberto).
- Gomes, P. G. (2004), *Tópicos de teoria da Comunicação*, 2.^a ed., São Leopoldo, Unisinos.
- Haye, R. M. (2003), *Otro siglo de radio: noticias de un medio cautivante*, Buenos Aires, La Crujía.
- Kaplún, M. (1999), *Producción de programas de radio*, Quito, CIESPAL.
- Lewis, P. M. y Booth, J. (1992), *El medio invisible: radio pública, privada, comercial y comunitaria*, Barcelona, Paidós.
- Martín-Barbero, J. (2007), “Entrevista a Jesús Martín Barbero: Los medios solo potencian el cambio”, disponible en <http://www.maz.uasnet.mx>, recuperado: 5 de octubre de 2007.
- . *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: Convenio Andrés B, 1998. 352p.
- Mata, M. C. y Scarafia, S. (1993), *Lo que dicen las radios*, Quito, ALER.

- Melo, P. R. (2008), *Tensões entre fonte e campo jornalístico: um estudo sobre o agendamento mediático do MST* [tesis de Doctorado en Ciencias de la Comunicación], São Leopoldo, Universidade do Vale do Rio dos Sinos.
- Morales, M. E. (1995), “Carta” [Miraflores, Boyacá], *Boletín de Programas*.
- Morgan, R. M.; Muhlman, L., y Masoner, P. H. (1980), *Evaluación de sistemas de comunicación educativa*, Bogotá, Andes.
- Musto, S. A. (1971), *Los medios de comunicación social al servicio del desarrollo rural: análisis de eficiencia de “Acción Cultural Popular - Radio Sutatenza”*, prólogo y glosas de Acción Cultural Popular (ACPO), Bogotá, Andes.
- Nunes, Márcia Vidal. *Rádio e política: do microfone ao palanque*. Os radialistas políticos em Fortaleza (1982-1996). São Paulo: Annablume, 2000. 376p.
- Nunes, M. R. F. (1999), *O mito no rádio: a voz e os signos de renovação periódica*, 3.^a ed., São Paulo, Annablume.
- Pareja, R. (1978), *Balance del estado actual en que se encuentra la investigación en radio en el país* [inédito].
- Piovesan, Angelo; Barrosa Filho, André; Beneton, Rosana (orgs.). *Rádio: sintonia do futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004.
- Sabogal, J. R. (1950, noviembre), “En este año”, *El Amigo*, núm. 9.
- Salcedo, J. J. (1957), *Mensaje de la dirección general al personal de acción cultural popular para 1958*, Bogotá, Multilith.
- (1967), *La educación popular y el problema del desarrollo en América Latina* [conferencia en la OEA, 3 de mayo de 1967], Washington, OEA.
- Salcedo, J. J.; Bernal Alarcón, H., e Iglesias, N. I. (1990), *América Latina, la revolución de la esperanza*, Bogotá, Publicaciones Violeta.
- Sánchez, Á. (1951), *Escuelas radiofónicas*, Bogotá, Prensas del Ministerio de Educación Nacional de Colombia.
- Torres Restrepo, C. y Corredor Rodríguez, B. (1961), *Las escuelas radiofónicas de Sutatenza Colombia: evaluación sociológica de los resultados*, Bogotá, Centro de Investigaciones Sociales.
- UNESCO (1949), *Los grupos móviles de cine y radio en la educación fundamental*, París, UNESCO.
- Vaca Gutiérrez, H. (2009), *Processos interativos midiáticos da Rádio Sutatenza com os camponeses da Colômbia (1947-1989)* [tesis de Doctorado en Ciencias de La Comunicación], São Leopoldo, Universidade do Vale do Rio dos Sinos.
- Vázquez Carrizosa, A. (1967), “Palabras del embajador Vázquez Carrizosa”, en Salcedo, J. J., *La educación popular y el problema del desarrollo en América Latina* [conferencia de monseñor José Joaquín Salcedo, en la OEA, 3 de mayo de 1967], Washington, OEA.
- Verón, E. (2004), *Fragmentos de um tecido*, São Leopoldo, Unisinos.