

LA ACTIVIDAD RADIAL COLOMBIANA

a través de algunos periódicos y revistas,
1928-1950

CATALINA CASTRILLÓN GALLEGO

CANDIDATA A DOCTORA EN HISTORIA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA, SEDE MEDELLÍN

ccastr@unal.edu.co

Resumen

El artículo pretende evidenciar las relaciones que se establecieron entre los medios escritos y la radiodifusión durante la primera mitad del siglo XX en Colombia y su incidencia en la conformación de la audiencia radial. Podemos considerar los primeros como un factor importante en el proceso de introducción de la radio en el país, ya que, en un primer momento, periódicos y revistas se convirtieron en el vehículo para que esta novedad técnica trascendiera hacia sectores más amplios. Posteriormente, se ocuparon de registrar la constitución de la actividad radial como industria rentable y acogieron en sus páginas diferentes discusiones en torno a los criterios de programación que marcaron el rumbo de su funcionamiento.

PALABRAS CLAVE: medios de comunicación, radiodifusión, audiencia radial.

COLOMBIAN BROADCASTING THROUGH SOME NEWSPAPERS AND MAGAZINES,
1928-1950

Abstract

The article focuses on the relations established between the print media and radio broadcasting during the first half of the 20th century in Colombia, and their impact in shaping a radial audience. I consider the print media as an important factor in the process of introducing radio broadcasting in the country, because in the early years of radio the newspapers and magazines became the vehicle that made possible their expansion to a wider audience. Later on, the newspapers and magazines focus in the radio as a profitable industry; and its pages expressed discussions about program criteria that determined the course of its operation.

KEY WORDS: mass media, radio broadcasting, audience.